T.C.
İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HABER SÖYLEMİ, DEĞİŞKELERİ: CUMHURİYET MİTİNGLERİ YA DA GELİNCİK DEVRİMİ ÖRNEKLEMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sibel ALTUN

Anabilim Dalı: İletişim Tasarımı
Programı: İletişim Tasarımı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Simten GÜNDEŞ

TEMMUZ 2007

T.C.
İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HABER SÖYLEMİ, DEĞİŞKELERİ: CUMHURİYET MİTİNGLERİ YA DA "GELİNCİK DEVRİMİ" ÖRNEKLEMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sibel Altun (0510060003)

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 06 Ağustos 2007
Tezin Savunulduğu Tarih: 10 Ağustos 2007

Tez Danışmanı : Prof .Dr. Simten Gündeş
Diğer Jüri Üyeleri: Doç.Dr. Selçuk Hünerli
Doç.Dr. Neşe Kars

TEMMUZ 2007

T.C.
İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HABER SÖYLEMİ, DEĞİŞKELERİ: CUMHURİYET MİTİNGLERİ YA DA “GELİNCİK DEVRİMİ” ÖRNEKLEMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sibel ALTUN

Anabilim Dalı: İletişim Tasarımı
Programı: İletişim Tasarımı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Simten GÜNDEŞ

TEMMUZ 2007

ÖNSÖZ

“Haber Söylemi, Değişkeleri: Cumhuriyet Mitingleri ya da Gelincik Devrimi Örneklemi” adlı tez çalışmamı nasıl biçimlendirmem gerektiği konusunda bana tam anlamıyla yol yordam öğreten, engin deneyiminden sınırsız yararlanmamı sağlayan değerli hocam Prof. Dr. Nükhet Güz’e, çevresindeki herkese yaşama sevinci ile çalışma disiplininin güzel birlikteliğini gösteren, her zaman desteğiyle, bilgisi ve sevencenliğiyle yanımda olan sevgili hocam Prof. Dr. Simten Gündeş’e sonsuz teşekkür ederim.

Çalışmama olan katkıları ve sımsıcak dostlukları için Arş.Gör. Ürün Anıl Özdemir’e, Arş.Gör. Ruşen Tanrıbilir’e, Arş. Gör Güzin Ilıcak’a ve Arş.Gör. Öykü Ezgi Yıldız’a iyi ki varsınız diyorum.

Yaşamımın her aşamasında olduğu gibi beni akademisyen olma yolumda da destekleyen, ve bu yola çıkarken bin kilometre uzaklarına düştüğüm, hasret kaldığım canım anneme, her anlamda örnek aldığım değerli babama, varlıklarıyla bana her zaman güç veren sevgili abilerime, her konuda olduğu gibi çalışmama da katkısını esirgemeyen biricik ablama ve sevinç kaynağım yeğenlerime yürekten teşekkür ediyorum. Ve iki yıl önce birlikte çıktığımız yolun her adımında yanımda olan, yaşamıma sevgisi ve deneyimleriyle ışık tutan, en büyük destekçim eşime tüm kalbimle teşekkür ediyorum.

Temmuz, 2007 Sibel Uçkaç Altun

İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ

FOTOĞRAF LİSTESİ

Üniversitesi	**:**	**İstanbul Kültür Üniversitesi**
Enstitüsü	**:**	**Sosyal Bilimler**
Anabilim Dalı	**:**	**İletişim Tasarımı**
Programı	**:**	**İletişim Tasarımı**
Tez Danışmanı	**:**	**Prof. Dr. Simten Gündeş**
Tez Türü ve Tarihi	**:**	**Yüksek Lisans Temmuz 2007**

KISA ÖZET

HABER SÖYLEMİ, DEĞİŞKELERİ: CUMHURİYET MİTİNGLERİ YA DA GELİNCİK DEVRİMİ ÖRNEKLEMİ

Sibel Altun

Televizyon haberlerinin içeriğini "söylem" olarak benimsediğimiz bu çalışmamızda amaç; televizon haberlerinin gerçeklik ve nesnellik niteliklerini sorgulamak, televizyon kuruluşlarının, siyasal ve ekinsel yapı içindeki konumlarının habercilik anlayışlarını, daha geniş anlamda ise yayın siyasalarını oluşturma sırasındaki bağlayıcılığını irdelemek, ve bu bağlayıcılığın; haber dili ile alımlama süreçlerinin söylem çözümlemesi yöntemiyle açığa çıkarılması yoluyla gözle görülür duruma gelmesini sağlamaktır.

Çalışmanın birinci bölümünde haberin ögeleri, televizyon haberciliğinin özellikleri ve bu alandaki ilk yıllar irdelenmiştir. Haberin ögelerinin alt başlıkları olarak haberde gerçeklik, yenilik, ilginçlik, önemlilik ve anlaşılırlık biçiminde ele alınmıştır.

İkinci bölümde ise nicel yöntembilimlere dayalı medya araştırmaları ve nitel yöntembilimlere dayalı kitle iletişim araçları araştırmaları geleneği karşılaştırılmış, profesyonel gazetecilik ilkelerine eleştirel bir bakışaçısıyla yaklaşılmıştır. Ayrıca ruhbilim, yapısalcı dilbilim, Marksist "özne" kavramı üzerinde durulmuş, imin (işaretin) çok vurgulu özyapısı irdelenmiştir.

Son bölümde ise Cumhuriyet Mitingi haberlerinin üç farklı televizyon kuruluşunca nasıl kurgulanıp sunulduğu, aralarındaki benzerlik ve farklılıklara değinilerek anlatılmıştır.

Çalışma sırasında tümdengelim yöntemi kullanılarak bir haber metni kendi bütünlüğü içinde ele alınmıştır. Çözümlemenin daha iyi anlaşılması için televizyon haberlerinden alınan görüntü kareleri, haber metinleri, haber başlıkları ve istatistiksel verilerden yararlanılmış ve haber ögelerinin birbirleriyle eklemlenmiş yapısı ele alınmıştır.

Anahtar kelimeler: Söylem Çözümlemesi, Televizyon Haberciliği, Haberde Nesnellik, Haberde Gerçekçilik, Egemen Söylem

University	**:**	**Istanbul Kültür University**
Institute	**:**	**Institute of Social Science**
Science Programme	**:**	**Communication Design**
Programme	**:**	**Communication Design**
Supervisor	**:**	**Prof. Dr. Simten Gündeş**
Degree Awarded and Date	**:**	**MA - July 2007**

ABSTRACT

NEWS DISCOURSE, ITS VARIATIONS: DEMONSTRATIONS FOR THE REPUBLIC OR THE MODEL OF "GELINCIK DEVRIMI"

Sibel Altun

The purpose of our study throughout which we accept the content of television news as "discourse" is; to question the realistic and objective aspects of TV news; to study how the place of TV companies in political and cultural structure correlates with their broadcasting concept, in a broader sense how it affects the formation of their broadcastingpolicy; and to make the terminology and conception processes of the news obvious using discourse analysis method.

In the first of this study, the elements of news, the characteristics of TV news broadcasting and the first few years of its history have been revised. Reality, newness, attraction, importance and comprehensibility of piece of news have beeb taken into consdiration as subtitles in the elements of news section.

In the second part, media researches tradition by quantitative and quality methodology are compared. Professional journalism principles are considered with a critical point of view. Psychology, post-structualism, Marxist "subject" concept are emphasized, stressed character of sign is explicated.

In the last part, how the news about March of the Republic was edited (fictoned) and broadcasted by three different TV channel is defined with the similarities and differences.

During this study, a news text is analyzed with deduction method. Shots, news texts, news headlines and statistical datas were used to make the analysis more clear and the united structure of news elements is undertaken.

Keywords: Discourse analysis, TV news broadcasting ,subjectivity in news, realism of news, hegemonic discourse

GİRİŞ

Toplumbilimlerinde, kitle iletişim araçlarının ortak ideallere ve bir ulusal topluluğa bağlılık düşüncesini güçlendirme konusundaki önemi, I. Dünya Savaşı öncesinden başlayarak savaş yılları boyunca ve sonrasında anlaşılmıştır. 1940'lı ve 50'li yıllarda toplumbilimcilerin televizyon ve kitle toplumu eleştirisine girişmelerinin gerisinde de, iki dünya savaşı sonrasında ortaya çıkan güç dengeleri gözönüne alındığında, televizyonun dağınık haldeki kitlelerin bir ulusa ve devamında da bir ideolojik kutba bağlılıklarını sağlamadaki öneminin anlaşılması bulunmaktadır.[1] Amerikalı astronotların aya ayak basma görüntülerinin Sovyetler Birliği'nin silah ve uzay teknolojilerine ağırlık verdiği soğuk savaş döneminde yayımlanması, ABD'nin ne kadar güçlü olduğunu, ideolojisini benimsetmek istediği kendi yurttaşı kadar karşı kutuptakilere de kanıtlama amacı taşır. Asıl ilginç olan ve haberde nesnellik olgusunu yeniden tartışmaya açan olguysa; bu aya çıkma görüntülerinin gerçek olmadığı ve bir stüdyoda çekildiği yönünde geçiğimiz yıllarda ortaya atılan iddialardır.

Özellikle görsel medyada yer alan haberler "gerçeğe" dayandıklarına ilişkin iddialarını, görsel metinlerin düzgülerinden (kodlarından) yararlanarak kurmaktadırlar. Metin içinde görülen, bir patlama ile parçalanmış otomobil imgesi bir gösterendir. Gösterilen ise patlamanın şiddetiyle parçalanmış otomobildir. Görsel metin içinde göndergeye ilişkin hiçbirşey yoktur ve olamaz. Oysa izleyici göstereni 'gönderge' ile özdeşleştirir ve "gerçeğe tanık

[1] Sevilay Çelenk, *Televizyon Temsil Kültür.* (Ankara: Ütopya Yayınları, 2005) 36

olduğuna" inanır. Gazetecinin ve yayın kuruluşunun iddiası da izleyiciyi gerçeğe tanık etmektir. Görsel imge ise bir kamera açısından, belli bir ışık düzeyinde alınmış görüntüden başka bir şey değildir. [1]

Kaynağı kapitalizmin gelişmesine dayanan profesyonel habercilik anlayışına göre haber, "gerçeğin aynası" olarak kabul edilir. Bütün yayın kuruluşları "doğru" habercilik yapmalarıyla övünür, izleyicilerine sürekli olarak "gördüklerine inan" duygusunu aşılar. Televizyon izleyicisi de, tarihte izlediği ilk görüntüden bu yana "gördüklerine inanmak" eğilimindedir.

"Televizyon habercilerinin, gösterdikleri herşeyin 'gerçek' olduğu izlenimini izleyiciler üzerinde yaratabilme başarılarının altında, Amerikan televizyonlarının en ünlü haber yorumcularından Walter Cronkite'in de sloganı olan 'Görüntü yalan söylemez' sözü yatmaktadır. Oysa gerçek bu değildir. Diğer kitle iletişim araçlarının yaptığı gibi, televizyon da yalan söyleyip gerçeği saptırabilir. Aradaki fark, görüntünün içindeki doğal gerçeklik gücünün, yalanı daha etkili ve dolayısıyla daha tehlikeli kılmasıdır. [...] Bir fotoğraf, foto-montaj ürünü ise yalan söyler. Tıpkı bu durumda olduğu gibi, televizyon haberleri de kurgulanmış, gerçeği yansıtmayan bir nitelik taşır."[2]

Televizyon haberlerinin içeriğini "söylem" olarak kabul ettiğimiz bu çalışmamızda amaç; televizon haberlerinin gerçeklik ve nesnellik niteliklerini sorgulamak, televizyon kuruluşlarının, siyasal ve ekinsel yapı içindeki konumlarının habercilik anlayışlarını, daha geniş anlamda ise yayın politikalarını oluşturma sırasındaki bağlayıcılığını irdelemek, ve bu bağlayıcılığın; haberin dili ile alımlama süreçlerinin söylem çözümlemesi yöntemiyle açığa çıkarılması yoluyla gözle görülür duruma gelmesini sağlamaktır.

---

[1] Ayşe İnal, *Haberi Okumak.* (İstanbul: Temuçin Yayınları, 1996) 57

[2] Giovanni Sartori, *Görmenin İktidarı, Homo Videns: Gören İnsan,* çev. Gül Batuş, Bahar Ulukan. (İstanbul: Karakutu Yayınları, 2004) 77

Çalışmanın temel aldığı yöntem, haberde gerçeklik ve nesnelliğin sağlanabileceğini savunan özgürlükçü-çoğulcu kuramlarla, gerçeğin göreceli olduğunu, her toplumun belirli dönemlerine egemen olan bir ‘gerçekçilik’ anlayışının bulunduğunu vurgulayan eleştirel çalışmaların ve ayrıca dilbilim, yapısalcılık sonrası ve ruhbilimi alanlarının taranmasıyla kuramsal bir çerçeve oluşturup, bunun karşılığını haber metinleri içinde söylem çözümlemesi yöntemi kullanarak arama temeline dayanmaktadır.

Tümdengelim yöntemi kullanılarak bir haber metninin bütünlüğünün ve öğelerinin birbirleriyle eklemlenmiş yapısı ele alınmış, çözümlemede ise Cumhuriyet Mitingi haberleri üç televizyon kuruluşu çerçevesinde makroyapısal özellikleri açısından başlıklar, alt başlık, haber girişleri ve haberin çizemsel (şematik) yapısı; mikroyapısal özellikleri açısından ise sözcük seçimleri, tümce yapıları, haber metinleri içinde nedensel ilişkilerin kuruluş biçimleri, haberin sözbilimsel (retorik) ögeleri incelenmiştir. Ayrıca görüntüsel yapılar; müzik, çerçevenin bölünmesi, haberin sırası, süresi, üst ses, altyazı, netlik, çekim açıları, çekim ölçekleri, kurgu yöntemleri, tekrara, canlandırmaya ve alıntı yapmaya başvurma ögeleri üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın birinci bölümünde haberin ögeleri, televizyon haberciliğinin özellikleri ve bu alandaki ilk yıllar irdelenmiştir. Haberin ögelerinde alt başlık olarak haberde gerçeklik, yenilik, ilginçlik, önemlilik ve anlaşılırlık ele alınmıştır.

İkinci bölümde ise nicel yöntembilimlere dayalı medya araştırmaları ve nitel yöntembilimlere dayalı medya araştırmaları geleneği karşılaştırılmış, profesyonel gazetecilik ilkelerine eleştirel bir bakışaçısıyla yaklaşılmıştır. Ayrıca ruhbilim, yapısalcı dilbilim, Marksist “özne” kavramı üzerinde durulmuş, işaretin çok vurgulu özyapısı irdelenmiştir.

Son bölümde ise Cumhuriyet Mitingi haberlerinin üç farklı televizyon kuruluşunca nasıl kurgulanıp sunulduğu, aralarındaki benzerlik ve farklılıklara değinilerek anlatılmıştır.

1. TELEVİZYONDA HABERCİLİK OLGUSU

1.1 Haber Kavramı

Haber kavramı Ali Püsküllüoğlu‘nun Türkçe sözlüğünde şöyle tanımlanmaktadır:

“Son zamanlarda geçen bir olay, yer alan bir olgu, değişen bir durumla ilgili olarak edinilen bilgi, duyulan söylenti; ülkede ve dünyada son gün ya da günlerde yer alan olaylarla ilgili olarak basın, yayın ve iletişim organlarıyla kamuya iletilen her türlü bilgi; bilme işi, bilgi.” [1]

Postman ve Powers haberin bir meta olduğunu düşünerek, “mal”ın üç ana karakterini de taşıdığını belirtmişlerdir.

“1- Haber endüstriyel kapitalist ortamda gelişmiştir, üretim ilişkilerinin ve bu ilişki düzeninin bir ürünü ve anlatımıdır.

2- Alınıp satıldığı ya da belli çıkarlara hizmet yönünde kullanıldığı için, kullanma (yarar) değerine sahiptir.

3- İnsan emeğinin bir ürünüdür, kapitalist pazar sisteminde başkalarının kullanması için el değiştirir.”2

---

[1] Ali Püsküllüoğlu, *Türkçe Sözlük, Türkiye Türkçesinin En Büyük Sözlüğü.* (İstanbul: Can Yayınları, 2007)

[2] Neil Postman , Steve Powers, *Televizyon Haberlerini İzlemek*, çev. Aslı Tunç. (İstanbul: Kavram Yayınları, 1996) 16

“Bilim adamlarına göre haber;

Bilgi’dir.
Öğrendiğimizdir.
Okumadan, duymadan ya da izlemeden önce bilmediğimizdir.
Olayların bilmeyenlere aktarılmasıdır.
Bir olay, durum ya da olgu üzerine edinilen bilgidir.
Bir olayın raporudur.
Çevrede olup biten her şeydir. Bugünün olayıdır.
Güncel olandır.
Olayların hikayesidir.
Gazeteyle okuru arasında bilgi alışverişidir.

Radyo ve televizyonla birlikte tüm medyayı kapsayan bir tanım yapma gereği hissedilince; ‘basılan, ve yayılan her şeydir’ denmiştir.

Daha sonra gerçekçilik ön plana çıkmış ve haber tanımları gerçeklikle anlatılmıştır:

Gerçeğin kendisidir.
Gerçeğin dublörüdür.
Gerçeğin toplumsal kurgusudur.
Gerçeğin özetidir.” [1]

“Haber, okuyucu, dinleyici ve izleyici için öncelikle yeni gerçeklerle ilgili doğru ve anlaşılır bilgilerdir”.[2]

“Medyanın kendi gerçeğini (tasarlanan gerçek) göz ardı eden ve medyanın yayınladıkların gerçek kabul eden anlayış da haber tanımları yapar:

[1] Taner Dileklen, *Televizyon Haberciliği: 5N 1K* (İstanbul: Okumuş Adam Yayınları, 2005) 27

[2] Wolf Scheneider, Paul Josef Raue, *Gazetecinin El Kitabı*, çev. Işık AYGÜN. (Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 2000) 40

Katıksız gerçekleri anlatan bilgidir.

Kaynaktan izleyiciye aktarılan bilgidir.

Yeni gerçeklerle ilgili, doğru ve anlaşılır bilgilerdir.

Tarafsız olarak, verilen bilgidir."[1]

Dileklen haber tanımların sayısının arttırılabileceğini, bu tanımların hepsinin doğru ancak eksik olduğunu söyler ve kendi açısından en doğru haber tanımını yapar:

"Bana göre günümüz televizyon haberciliği açısından en doğru haber tanımı şudur: İnsanların bilmek istediği, merak ettiği her şey haberdir. İnsanoğlunun merak etme özelliği olmasaydı ne ilerleme ne de "haber" olurdu. İnsan merak ettiği için iletileşti, merak ettiği için konuştu ve en sonunda merak ettiği için haber, gazete, radyo ve televizyon doğdu."

Buraya kadar yapılan tanımlar haberin "gerçeklik"le eşdeğer olduğu varsayımından hareket eden kaynaklarca yapılmıştır. Ancak eleştirel kuramların "gerçekliğin her dönem ve toplumda değişebilir özyapısı" ve nesnelliğin önünde engel olarak duran "özne" sorunsallarını tartışmaya açmasından sonra haber tanımları da dönüşmüştür:

"Haber, haberciler tarafından üretilendir"[2]

"Haber, olan şeyler değil, birilerinin olduğunu söylediği şeydir"[3]

---

[1] Dileklen 28

[2] Michael Schudson, *The Sociology of News Production Revisited; Mass Media and Society*, ed. James Curran. (New York: Arnould Books, 1996) 141

[3] Michael Schudson, Robert Karl Manoff, *Reading The News.* (NY: Pantnhean Books, 1986) 15

> "Haber, kişileri bilgilendirir, eğitir, eğlendirir, üzer, sevindirir. Haber gerçekle bağlantılı ya da gerçeğin ta kendisi olduğu sanılmasından dolayı, en etkili medya içeriğidir."[1]

> "Basın-Yayın kuruluşları haber müdürlerinin "haber" dediği şeydir. Kitle iletişim araçları tarafından yayınlanan ve okura, izleyiciye, dinleyiciye, dayatılanlardır." 2

Çalışmamızın bütününde, haberin "gerçeğin kendisi" olduğu tezinin eleştirel bir bakışla irdelenmesi amaçlanmaktadır. Bu nedenle, haberin "gerçeği birebir yansıttığı" ya da "gerçeğin aynası" olduğu türünden açıklamaları benimsememekle birlikte, haberin "olan şeyler değil, birilerinin olduğunu söylediği şey" biçiminde tanımlanmasının da, haber kavramının anlamsal içeriğini belirsizleştirdiğini düşünmekteyiz. Haber, basit anlamıyla "bilgi"dir ve doğası gereği bir kişinin sahip olduğu bilginin haber değeri olmadığı için aktarılması gerekmektedir. Konumuzun sınırlarını belirlemeye yardımcı olacağından, bu aktarımın kitle iletişim araçları arasında en yaygın olanı televizyon aracılığıyla gerçekleşeceğini göz önüne almaktayız. Bu durumda haber; yurt içinde ve dışında gerçekleşen güncel olaylar ya da durumlara ilişkin bilginin, televizyon iletişimi aracılığıyla izleyiciye bildirilmesi, biçiminde tanımlanabilir.

1.2. Haberin Öğeleri

Bir "olay"ın, haber değeri taşıması için, bir takım özellikler taşıması gerekir. Dileklen, bu özellikleri şöyle sıralar:

- Gerçeklik
- Yenilik
- İlginçlik
- Önemlilik
- Anlaşılırlık

[1] Atilla Girgin, *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i.* (İstanbul: İnkılap Yayınları, 2000) 73

[2] Dileklen 28

Bir olayı haber haline getiren bu 5 öge, şöyle açıklanmaktadır:

1.2.1. Gerçeklik (Doğruluk)

Kaynağı kapitalizmin gelişmesine dayanan profesyonel habercilik anlayışı haberi, “gerçeğin aynası” olarak kabul etmektedir. “Doğru” habercilik yapmanın övünç kaynağı olduğu bu sistemde, televizyon kuruluşları izleyicilerine sürekli olarak “gördüklerine inanmak” duygusunu aşılamakta, daha doğrusu böylesi bir buyruğa yöneltmektedir. Televizyon izleyicisinin genel eğilimi ise, aşılanan bu düşüncenin peşine takılmak yönünde gerçekleşir.

“Bir haberi ‘haber’ yapan, onu hazırlayanların dünya görüşleridir. Muhabir ve editörler, hayallerindeki ‘ülküsel’ ya da ‘okur genörneği’ne seslenirler, çünkü bu okurla aynı dünya görüşünü paylaştıklarını düşünürler. Toplumsal ilişkiler yardımıyla edinilen ve ortaklaşa kullanılan ‘soyut fikir şemaları’ ya da ‘tutumlar’, haberlerin hazırlanması ve algılanmasında çok önemli etmenlerdir. Çünkü genellikle sahip olunan bilgiler, inançlar ve tutumlara uygun olan bilgiye dikkat edilir ve bunları daha iyi anımsanır. Okuyucular bir gazete okurken, bu gazete konusunda edindikleri görüşler yardımıyla algılarını yönlendirir, belli beklentiler içine girerler. [...] Haberler öyle bir biçemde sunulur ki, okurlar seçimlik yorumlar yapamaz, kendilerine özgü yeni algı çerçeveleri kuramaz, giderek kurmaları gerektiğini bile düşünemezler. Oysaki çok önemli kabul edilen bilgiler, başka bir kişi ya da grup tarafından önemli görülmeyebilir. Demek ki gerçekte önemsiz bilgiyi manşete taşıyıp önemli bilgileri arkaya iten bir medya kuruluşunun tarafsız olduğu söylenemez. Bir gazeteci, haberine haber değeri veren ve biçimlendiren bazı açık ya da gizli etmenlerin etkisi altındadır. Öncelikle bu gazetecinin belli tutum ve inançları vardır. Çalıştığı gazetenin çatısı altındaki diğer gazetecilerle ve dışarıdaki seçkin bireylerle ilişki içindedir. Bu gazetenin kural, hedef ve stratejilerine dikkat etmek zorundadır. Özel bir kuruluş ya da kamu kurumu olarak bu gazetenin dışsal erek ve çıkarlarını da göz ardı edemez. Bu medya organı, diğer medya kuruluşları ve kurumlarla (devlet, hükümet, iş dünyası

vs.) ilişki içindedir. Son olarak, bu gazetenin tarihi ve kültürel bir misyonu vardır."[1]

Dileklen, haberin gerçekleri tıpatıp yansıtmasının olanaklı olmadığını belirtir; "Haber, gerçeğe en uygun biçimde yansıtılmalıdır. Çünkü, haber yapma sürecinin her aşamasında işin içine giren insan unsuru, haberi nesnel gerçeklikten (objektiflikten) uzaklaştırır. Her haberin, kendi gerçeği vardır. Bu gerçek nesnel gerçekten farklıdır." diyerek ardından yine gazetecilik ve habercilik uğraşının geleneksel ilkelerini, öncelikle "gerçeklik" ilkesini açıklamaya girişir:

"Haberci, vicdani-aktörel (etik) sorumluluğunun gereği olarak, haber kaynağının güvenilirliğinden emin olmalıdır. Emin olması için, haberi bir değil birkaç kaynaktan doğrulatması gerekmektedir. Bir olay doğrulanmadıkça haber değildir. [...] Ancak bütün ideolojik, siyasi ve akçasal kaygılardan uzak iş yapan haberciler, haberinin vicdani-aktörel (etik) sorumluluğunu taşır. Haberini birkaç kaynaktan doğrulatıp, her şeye kuşkuyla yaklaşarak nesnel gerçeğe en yakın (doğru) haberi yaparlar."

1.2.2. Yenilik (Güncellik)

Bir olayın, "haber" olabilmesi için gereken ögelerden ikincisi, "yeni" (güncel) olma özelliğidir. Örneğin "Malazgirt Savaşı, İ.S. 1071 yılında Alparslan ile Diyojen'in orduları arasında yapıldı" bilgisi bir haber değildir. Bu bir tarihtir. Zaten, "haber"i, "tarih"ten ayıran en temel öge de budur. Olay ya da olgu yeni gerçekleşmiş ya da yeni belirgin kılınmış olmalıdır. Çözümleme konumuzdan örnek verecek olursak; "Cumhuriyet Mitingi" bugün güncel bir haber değeri taşımamaktadır. Ancak herhangi bir televizyon kanalının haber bülteninde, Cumhuriyet Mitingi'ni düzenleyen kurumun başkanının geçmişini konu edinmesi güncel bir nitelik taşır. Daha açık bir anlatımla "yenilik" (güncellik) yalnızca yeni olan olay anlamında

[1] Faruk Uğurlu, Şerife Öztürk, *Türkiye'de Televizyon Haberciliği.* (Konya: Tablet Kitabevi, 2006) 24

kullanılmamaktadır. Olay eski olabilir, ancak o olay (olgu ya da söylem) ile ilgili yeni bir durum belirlenmiş, gün ışığına kavuşturulmuş, yeni bir öge ortaya çıkartılmış olabilir. Bunun gibi Dileklen'in örneğinde de, tarihçilerin yaptıkları araştırmalar sonunda Diyojen'in Malazgirt savaşında yer almadığını söylemeleri, 934 yıl önceki bu olaya haber değeri verir.

Haberde "yenilik" (güncellik) kavramı, telgrafın bulunmasından sonra iletilerin yol alma hızlarının artmasıyla birlikte anlam kazanmış, günümüzde iletişim araçlarının elektronikleşmesi ise bu hızın geometrik olarak büyümesine yol açtığından çok daha fazla önem kazanmıştır. Olayların dünyanın en uzak köşesinden bize aktarılma süresi artık dakikalarla ölçülmektedir. Haberin radyo, televizyon, radyo ve internet gibi kitle iletişim araçları yoluyla hızla yayılması, ardından benzer hızla eskimesi kavramını da beraberinde getirmektedir.

1.2.3. İlginçlik

Bir haberin izlenmesi için öncelikle izleyicinin ilgisini çekmesi gerekir. İlgiyi uyandıracak temel ögelerden biri 'merak'tır. "Haberci, izleyicisini iyi tanımalı ve onun merak ettiğini sunmalıdır ya da sunduğunu merak ettirmelidir" diyen Dileklen izleyicinin neyi merak ettiğini ya da ilgisini neyin çektiğini şöyle yorumlar:

"Öncelikle olağandışı (farklı) olan her şey ilginçtir. Ancak günümüzde bu "farklılık", Amerikalı gazeteci John Bogart'ın (1880 yılında) "köpek insanı ısırırsa haber değil, insan köpeği ısırırsa haberdir." sözünü çoktan aşmıştır. Günümüz insanının ilgisini, para, cinsellik, olağanüstü olaylar, afetler ve serüven gibi konular çekmektedir. Bu konuların örgüsünde de çelişki-çatışma, gerilim, drama ve risk olmalıdır. [...] Yani "ilginçlik" sıradanlıktan kurtulma, olağan dışılığı aramadır. Ancak ilginçliğin, ilgi duymanın bir başka yönü de izleyicinin konuya (olaya, olguya) olan uzaklığı ya da yakınlığıdır. Buradaki uzaklık-yakınlık fiziksel olduğu kadar psikolojik de olabilir."[1]

[1] Dileklen 31

Yukarıdaki tümcelerde anlatılmak istenen görüşü güncel bir örnekle açıklayabiliriz: Irak'ta yaşanan savaş Amerikalı sıradan bir yurttaşın ilgisini, yanıbaşındaki Brezilya'da çıkacak bir iç savaştan daha çok ilgilendirir. Çünkü Amerika Irak'taki savaşın tarafıdır. Yine Brezilya'da olduğunu varsaydığımız iç savaş haberiyle karşılaştıracak olursak, İsrail'de yaşanan savaş Brezilya'dan daha uzak olmasına karşın ABD'nin dış siyasetinin bir uzantısı olarak, bir Amerikalı yurttaş için daha fazla ilgi çekici olabilir.

1.2.4. Önemlilik

Bir olay ya da olgunun haber değeri taşıması için gerekliliklerden biri de "önemlilik" kavramıdır. Dileklen yapıtında bu kavramın tanımını şöyle yapar:

"Bir olay, toplumun yaşamını ölçüsü ve sonuçları bakımından doğrudan etkiliyorsa önemlidir. Haberci, yaşadığı toplumu doğrudan etkileyen, yakından ilgilendiren olayları -ilginç olmasa da- vermek zorundadır. [...] Bunun gibi toplumu yaşamsal konularda bilgilendirici olay ve olgular da haber olarak değerlendirilmelidir. Bütün bunların dışında bir olayı önemli yapan ölçüsü ve sonuçlarıdır." Örneğin artık ülkemizde 'yolsuzluk' haberleri izleyicinin ilgisini çekmemektedir. Ancak bir haberin izleyici için ilginç olmaması onun haber değeri taşımadığını ya da önemsiz olduğunu göstermez.

İzleyicinin bir olayı ya da olguyu önemli olarak değerlendirmesinin gerisinde; habere konu olanların, isim değeri bulunan ünlü ya da yıldız kişilikler olması, ya da haber sunucusunu güvenilir bulması da yatabilmektedir. Örneğin izleyici için, ünlü bir siyasetçinin evine hırsız girmesi, sıradan bir hırsızlık olayından daha önemli görülmekle birlikte, bu haberi tanınmamış genç bir spiker yerine yıllardır ekranda görmeye alıştığı deneyimli bir spikerin sunması da haberi önemli görmesini sağlayacak ögelerden biri olarak değerlendirilebilir.

1.2.5. Anlaşılırlık

Haber, olabildiğince yalın bir dille ve kısa tümcelerle yazılmalıdır. Dilbilimcilere göre, çok kolay anlaşılan tümce 1-13 sözcük; kolay anlaşılan tümce 14-18 sözcük; anlaşılan tümce ise 19-25 sözcükten oluşur. [1]

Doğru düzgülenmemiş ya da alıcının anlayacağı düzgü sistemleri kullanılmaksızın yapılandırılmış bir ileti amacına ulaşamaz. Türkçe bilmeyen biriyle Türkçe dili aracılığıyla iletişim kurmaya çalışmak buna bir örnektir. İletiyi alıcının tanıdığı düzgü sistemlerini kullanarak yapılandırırken dikkat edilmesi gereken başka ayrıntılar da bulunmaktadır: Örneğin bir televizyon haberinin anlaşılır olması için yalın ve kısa tümcelerle kurulması, seslendirme, görüntüleme ve bunların kurgulanması aşamasında da alıcının algılayabileceği düzgü ve göstergelerin kullanılmasına dikkat etmek gerekmektedir.

Anlaşılır olmayan bir iletinin, aktarım süreci içinde işitsel ya da görsel nitelikli bir engele takılmış bulunması olasıdır. “Bilgi kuramlarında gürültü, bilgi yitimine yolaçan, ileti aktarımını bulandıran her türlü olgudur. Genellikle dilsel gürültüyle dilsel olmayan gürültü birbirinden ayrılır: Dilsel gürültü çokanlamlılık gibi özel bir belirtisi olmayan ögelerden kaynaklanır. Dilsel olmayan gürültüyü ise; kötü söyleyiş, dikkatsizlik, ağır işitme, işitmeyi güçleştiren koşullar oluşturur.”[2] Etkili İletişim Terimleri sözlüğünde ayrıca reklamcılık alanında, iletinin sesinin duyurulabilmesi için rakiplerin sesi aşılması gereken bir gürültü olarak tanımlanır. Reklam iletisinde ilgiyi çeken ve anlamayı kolaylaştıran her şey gürültüyle savaşım için bir araçtır.

Bir konunun haber değer taşıması için gerekli olan; gerçeklik, yenilik, ilginçlik, önemlilik, anlaşılırlık ögelerinin ışığında Dileklen “televizyon haberi” tanımını şöyle yapmaktadır:

---

[1] Dileklen 34

[2] Nükhet Güz, Rengin Küçükerdoğan, Nilüfer Sarı, Bülent Küçükerdoğan, Işıl Zeybek. *Etkili İletişim Terimleri*, (İstanbul : İnkilap Yayınları, 2002) 161

"Televizyon haberi; televizyon habercisi tarafından önemlilik ve/veya ilginçlik kuralı gözardı edilmeden, haber konusu olarak seçilen yeni ya da (yeni unsurunu bulduğu) olaylarda, olgularda doğru ve dürüst olarak topladıkları ve anlaşılır bir dille yazıp, seslendirip, kurguladıklarının, kitle iletişim araçları tarafından izleyiciye ulaştırılan görüntüleridir."

1.3. İlk Televizyon Haberleri

Haber, insanla birlikte var olmuştur. Ancak, "haber" diye adlandırılan bazı bilgilerin toplanması ve bireylere aktarılması, toplumsal yaşamın başladığı döneme dayanır. Basın yayın tarihine göre ilk "Gazete", Mısır'da İ.Ö. 18. yy'da basılmıştır.

Daha sonra bazı bilgilerin elle yazılıp çoğaltılarak satılmasına 14. Yüzyılda Venedik'te rastlıyoruz. Sonraki yıllarda önce elle yazıp çoğaltma daha sonra da (matbaa ile birlikte) basım yoluyla "Haber Bülteni" biçeminde bazı mevkuteler çıkmıştır. Bu uygulama, 19.yy'da önce ulusal daha sonra da uluslar arası alana da yayılmış ve radyo - televizyonla birlikte (medya adını alarak) günümüze kadar yoğunlaşarak gelmiştir. [1]

Televizyon haberlerinin ilk yıllarda radyo haberinden farkı, görüntünün olmasıydı. Televizyon tarafından görüntülenen ilk olay, Philadelphia'da gerçekleşen Ulusal Siyasal Kongre'dir. 1948 seçimlerini sürpriz bir şekilde kazanan Truman, televizyonda görünen ilk başkan adayı olarak tarihe geçmiştir. Resimli radyo haberi olarak başlayan televizyon bültenlerinde ilk kez 1951 yılında hareketli resim, yani film kullanılmıştır.[2]

İlk akşam haberleri, 15 Ağustos 1948 CBS televizyonunca verilmiştir. Amaç, etkili bir haber sunmak değil, CBS'in kamu hizmeti yaptığı izlenimini geliştirmek ve siyasi yönetimle ilişkileri iyileştirmektir. Bu yıllarda televizyon

[1] Dileklen 25

[2] Uğurlu, Öztürk 49

haberciliği yayıncılığın ayrılmaz bir parçası niteliğiyle değil de, programcılık işinin hoş bir yoldaşı özelliğiyle var olmuştur. 1948 yılında Amerikalılar, çoğu bilgiyi gazete ve sinema filmleri yanında radyodan almaktadır. Radyo haberleri, kendine özgü tarzlarıyla olayları anlatan, dramatize eden ve yorumlayan radyocular tarafından sunulmaktadır.

CBS'in sponsorsuz başlattığı haber yayını, rakip kuruluş olan NBC'yi de harekete geçirmiş, ancak NBC işe haber bültenini pazarlamayı başararak girmiştir. R. J. Reynolds şirketine haber saatinin tamamını satan kuruluş, haberleri kül tablasında yanan Camel sigarasının görüntüsüyle bitirmiştir. 1951 yılına gelindiğinde CBS ve NBC 15'er dakika haber yayınlamaktadır. Ancak, bütün yayın stüdyo içinde gerçekleşmekte, gerçek mekanlardan yayın yapılmamaktadır. ABC, 1953 yılına kadar televizyon haberi yayınlamazken CBS ve NBC arasındaki yarış, haber sunulan stüdyoya saat, dünya haritası, telefon makinası, evrak sepetleri ve kalem seti gibi dekor ögeleri eklenmesini sağlamıştır.

Amerika'da yayıncılığın başlangıcından beri sponsorluk ve reklam kavramları, alanın özel girişim elinde biçimlenmeye başlamış olmasının da etkisiyle, yayıncılığın doğal bir ögesi olarak ele alınmıştır. Ancak Avrupa'da yerleşik olan kamusal yayıncılık anlayışı, reklam ve sponsorluk alanına bir sınırlandırma getirebilmeyi başarmıştır. Ülkemizde radyo ve televizyon yayınlarının düzenlenmesine ve Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) kuruluş, görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin esasları belirleyen 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun da bu alanda pek çok sınırlama getirmekte, ancak uygulamada sıklıkla sorunlar yaşanmaktadır. Örneğin haber programlarına reklam ve sponsor alınamayacağı yasada oldukça açık olarak tanımlanmışken, televizyon kuruluşlarının çoğunlukla bu kuralı hiçe saydıkları görülmektedir.

BBC ise televizyon arenasına, radyoda yıldızlaşmış sunucuları ekrana çıkarmak yöntemiyle girmiş, bu yolla izleyenlerin dikkatini çekmeyi başarabilmiştir. Kurgu tekniği, üst ses (perfore) kullanımı, haber stüdyosunda birtakım materyallerin kullanımı konusunda da girişimlerde bulunmuştur.

Medya tarihçileri Edward R. Murrow'un CBS ekranlarına çıktığı 18 Kasım 1951 tarihinde başlayan ve 60'lara kadar devam eden dönemi, Murrow Dönemi olarak adlandırmıştır. 30'lu yıllarda Avrupa ülkelerine CBS adına giden ve İkinci Dünya Savaşı'nı binlerce kilometre uzaktan Amerikalılar'a anlatarak ünlenen Murrow, dönemin en yetenekli muhabirlerinden oluşan ekibiyle radyo haberlerine kişilik kazandırmıştır. [1]

Uluslararası düzeyde yayın yapma düşüncesi ilk olarak 1957'de, Avrupa'da yapılan TV haberciliği ile ilgili bir konferansta ortaya çıkmıştır. Ekim 1958'de İngiliz, Fransız, Hollanda, Belçika ve İtalyan TV kurumları arasında deneme amaçlı bazı yayınlar gerçekleştirilmiştir.[2]

1960'lı yıllara gelindiğinde CBS'in rakipleri NBC ve ABC de televizyon haberciliğinde ciddi atılımlar yapmaya başlamışlardır. Yerel kanalları yapılarına katan bu şebekeler, henüz on yıllık geçmişi olan televizyon haberciliğini, ABD topraklarının her köşesinden haber alacak konuma getirmişlerdir. Artık güç radyo haberlerinde değil, ekrandadır. Televizyon haberciliğinin gücü, 1960 seçimlerinde ekranı iyi kullanan Kennedy'nin seçimi kazanmasıyla onaylanmıştır.

Dış ülkelerle ilgili haberlerin canlı olarak yayınlanmasına, 1962'de Telestar 1 uydusunun uzaya fırlatılmasının ardından başlanmıştır. 1963 yılında Kennedy suikasti görüntülerinin televizyon haberlerinde yayınlanması da habercilik tarihine büyük bir başarı olarak geçmiş ve bu tarihten sonra televizyon haberciliği bir kimlik kazanmıştır. ABC televizyonu aynı yıl, akşam haberlerini 15 dakikadan yarım saate çıkarmıştır. 1965'te renkli yayına geçen televizyonlar 60'ların sonunda dünyanın her tarafından haber toplayabilir duruma gelmişlerdir.

---

[1] Marilyn J. Matelski, *TV Haberciliğinde Etik,* çev. Bahar Öcal Düzgören. (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1996) 30

[2] Emir Turam, *Medyanın Siyasi Hayata Etkileri.* (İstanbul: İrfan Yayınevi, 1994) 91

Televizyon haberciliğinin gücü Vietnam Savaşı'nda da hiç kimsenin yadsıyamayacağı bir ölçüde ortaya çıkmıştır. Dünya tarihine 'televizyonda gösterilen ilk savaş' ya da 'oturma odası savaşı' olarak geçen bu savaşın gidişatı televizyon haberleriyle değişmiştir. Televizyon haberciliği bir yandan inanılmaz yükselişini sürdürürken, 70'li ve 80'li yıllarda çeşitli eleştiriler almaya başlamıştır. Eleştirilerin temel noktası, televizyon haberciliğinin kamu hizmeti olmaktan çok eğlence gösterisi niteliği taşımasından kaynaklanır. Haber sunucuları çok yüksek ücretler alan ve film yıldızları gibi şöhretli kişiler olmaya başlamışlardır. Televizyon haberleri izleyici sayısını artırmak uğruna giderek daha fazla şova dönüşmüştür.[1]

1.4. Televizyon Haberciliği

Yurt içinde ve yurt dışında gerçekleşen güncel olaylar ve durumlara ilişkin bilgilerin televizyon teknolojisinden yararlanarak kamunun paylaşımına sunulabilir biçime getirilmesi olarak tanımlayabileceğimiz "televizyon haberciliği" konusunda düşünmeye belki de haberin aktarıldığı oluk ya da aracın özelliği, kimliği üzerinde, sözlükbilimsel tanımı konusunda bilgi edinerek başlamak gerekmektedir. Bu bölümde televizyon haberciliğini diğer iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirilen habercilik biçemlerinden ayıran özellikleri de irdeleyeceğiz. Öncelikle televizyonun değişik tanımlarına değinelim.

"Uzakta(n)" olarak tanımlanan "tele" ile "görüş, görme yeteneği" anlamına gelen "vision" sözcüklerinin birleşmesinden oluşan Latince kökenli "television" teriminin sözlük anlamı; "uzak bir mesafeye ses ve görüntü yayınlama yöntemi" olarak geçmektedir.2

[1] Matelski 35

[2] Longman-Metro, *Büyük İngilizce- Türkçe-Türkçe Sözlük* (İstanbul, Longman Group & Metro Kitap Yay. Paz.A.Ş.,1993)1566,1687

“Televizyon Latince kökenli bir sözcük olup, ‘uzağı görmek’ anlamına gelir ve bu anlamıyla da McLuhan’ın daha sonraki spekülatif geliştirimlerinin temeline yerleştirdiği önerme gibi gerçekten insanın görme duyusunun ulaştığı en ileri aşamadır.”[1]

Bu iki tanım, teknik, teknolojik duyusal bağlamda yapılan tanımlardır. Bourdieu ise televizyonu toplumbilimsel bağlamında tanımlamayı seçer.

“Televizyon pek az özerkliği olan ve gazeteciler arasındaki toplumsal ilişkilerden, saçmalık derecesinde acımasız, azgın rekabet ilişkilerinden kaynaklanan bir dizi baskıların ağırlığı altındaki bir iletişim aygıtıdır”[2]

Aysel Aziz’in daha çok televizyonun etkisini vurgulamaya yönelik tanımında da televizyon; “simgeleri genelleştirerek evreni küçülten, okuma yerine anlatımı temel almasının da etkisiyle kişiyi edilgin duruma getiren, izleyicininin zamanını yiyen popüler bir araç” anlamına gelmektedir.[3]

Televizyonun işlevleri ise; bilgi verme, eğitme, eğlendirme ve ikna etme-inandırma biçiminde sınıflandırılabilir.[4] Bize göre, ikna etme işlevi dışındakiler televizyonun yararcıl işlevleridir. Yararcıl işlev kavramı, televizyonun toplum içindeki işlevlerine denk düşmektedir. İkna etme işlevi ise siyasi ya da ekonomik (reklam) propaganda kavramlarından uzakta, olumlu anlamda kullanıldığında (örneğin; alışveriş yaparken neden fiş almamız gerektiğini anlatan bir programın, izleyiciyi alışveriş sonunda fiş almaya ikna etmesi) yararcıl işlev kapsamına girebilmektedir. Televizyona yüklenen yararcıl işlevler kuramsal anlamda, kamunun bilgilendirilmesini, eğitilmesini, boş zamanını değerlendirmek amacıyla izlediği drama, yarışma, sohbet gibi program türleri aracılığıyla da eğlendirilmesini sağlamaktadır. Televizyonun

[1] Erol Mutlu, *Televizyonu Anlamak.* (Ankara: Gündoğan Yayınları, 1991) 15

[2] Pierre Bourdieu, *Televizyon Üzerine*, çev. Turhan Ilgaz. (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1997) 41

[3] Aysel Aziz, *Radyo Televizyona Giriş.* (Ankara: A.Ü.S.B.F. Yayınları, No: 393, 1976) 54

[4] Erol Mutlu, *Televizyonda Program Yapımı,* (Ankara: A.Ü.İ.F. Yayınları, No:4, 1995) 22

yararcıl işlevlerinin dışında güzelduyusal (sanatsal) ve göstergesel işlevleri de bulunmaktadır.

Televizyonun, çıktılarını üretmesine aracılık eden teknolojisi, televizyon yayımcılığının hizmetine diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak "görüntü" ögesini sunar. Göstergelerini görüntülerle kurgulayan televizyon sistemi, bu özelliğinden ötürü 'görsel göstergeler'i kullanmaktadır. Televizyonun göstergesel işlevine işaret eden Hall, televizyonu bir "temsil" sistemi olarak tanımlamaktadır. Onun söylediği anlamıyla temsil sözcesi; maddi dünyada halihazırda varolan şeyleri sözsel, yazısal, ikonik göstergeler aracılığıyla kodlayan ya da yansıtan bir süreci değil, kendi anlamlarını üreten ve varolan anlamları değiştirebilme yetisine sahip olan bir süreci karşılamaktadır. [1]

"Dil göstergesi bir nesneyle bir adı birleştirmez, bir kavramla bir işitim imgesini birleştirir. [...] Göstereni gösterilenle birleştiren bağ nedensizdir."[2] Görsel göstergeler ise Hall'ün belirtiği gibi ikonik göstergelerdir. İkonik göstergelerin dil göstergesinden farkı, göndermede bulunduğu insan, nesne ya da olayla gözlenebilen bir benzerlik taşımasıdır. Bir kedinin fotoğrafı gerçek bir kedi değildir, kağıt üzerine basılmış bir 'kedi' imgesidir. Ancak kedinin fotoğrafı yine de diğer yazılı-sözlü göstergelerden daha 'gerçeğe benzer' olarak algılanır. Hall'ün çıkarımından hareketle kedi örneğini geliştirecek olursak; görsel metinde (fotoğraf, sinema, haber, vb.) 'gösteren' olan kedi imgesi, 'gönderge'nin yerine geçer. Gösterenin göndergeye dönüşüp silinmesinden sonra (gösterilenin aşkınlaşması) kedi imgesi dilsel bir işaret olarak algılanmaktan çıkar.

Hall'ün iletişim araçlarıyla ilgili öncü çalışmalarında üzerinde durduğu konu iletişim araçlarının devlet egemenliğini nasıl desteklediğidir. "Cracker'da (bu adı taşıyan televizyon dizisinde) zenci bir kadın garson, Fitz hararetli bir tartışmanın ortasındayken beliriverir. Bu bizim gerçeği kendi

[1] Stuart Hall, *Representations: Cultural Representations and Signifying Practises.* (London: Sage, 1997) 5

[2] Ferdinand de Saussure, *Genel Dilbilim Dersleri.* (İstanbul: Multilingual Yayınları, 2001) 107

düzgülemelerimizle anlamamız gereken bir sahne değil, kendi yaşamımıza yeni bir yorum getirmemizi sağlayabilecek bir sahnedir. Her gün karşımıza çıkan bir televizyon düzgüsü değildir ve izleyiciye kendi yaşantısını yeniden biçimlendirmesinde yardım edebilir. [...] yeni bir gösterge yaratılmasıyla, izleyici içinde yaşadığı toplumu ve kendini, ve televizyonda gördüğü sahneyi bir anda birleştirir." (Bu) televizyona özgü bir kalıp içinde sunulan dolaylı iletilerin yaşamdan tarafsız 'parçalar' olmadığını; aynı zamanda da televizyon yapımcılarıyla izleyicinin paylaştığı önceden belirlenmiş kavramlara dayanmadığını göstermektedir.[1] Cracker adlı dizinin bu sahnesinde Fitz, bir restoranda eşi ve arkadaşlarıyla yemektedir. Ancak evden yanına para almadan çıkmıştır. Fitz karısının arkadaşıyla tartışırken masanın başında beliren zenci kadın garson, Fitz'e kredi kartında hesabı ödeyecek yeterli para olmadığını söyleyerek para istemiştir. Kadının kazınmış kafası onu modaya uyan genç ve güçlü bir kadın yaptığı gibi, köleliğin eski zamanlarına da bir dönüş vurgusu taşır. Garson kadın hem bir hizmetkardır, hemde para isteyerek Fitz'i mahçup duruma düşüren bir kişidir.

Görsel göstergelerin gönderenle doğrudan bağı olmamasına karşın "gerçeğin kendisi" gibi algılanması olgusu ve yeni düzgülerin herzaman dolaşıma sokulabilme olasılığı, televizyon sahipleri ve çalışanlarının kendi yararlarını gözeterek kullanabilecekleri büyük bir gücü de beraberinde getirir. Hall gibi van Dijk de (1988a) haberin söyleminin erk ve iktidar sahibi kurumların söylemlerinden (egemen söylemler) bağımsız olmadığını vurgulamaktadır. Ünsal Oskay'ın deyimiyle "Egemen ve muhalif ideoloji arasındaki savaşım, toplumsalın bilinç yapısının belirlenmesi sorunu üzerinde odaklanır. Üretim araçlarına, iletişim araçlarına egemen olan sınıf, söylem alanında da egemendir, ancak bu alan bir savaşım alanıdır. İktidar savaşımı kendisini söylem üzerinden ifade eder, politik söylem toplumu kendi söylem alanının sınırları içerisinde sabitlemeye ve kapatmaya çalışır. [...] Politik söylemler ideolojilerin 'aynaları'olarak işlev görür ve toplumsalı bu aynalara da yansıtırlar. İktidar kendi 'yanılsamalı' aynasında toplumsalı kendi ideolojik

[1] Adrian Page, *Morse Düzgüsünü Çözmek: Göstergebilim ve Televizyon Draması*, (yayımlanmamış çeviri) Simten Gündeş, 43

öncüllerine göre yansıtır; muhalefetin söylemi ise bu aynanın yanılsamalılığını vurgular ve onu parçalamayı amaçlar; toplumu kendisini muhalefetin aynasında tanımlamaya çağırır."[1] Oskay iktidarın politik söyleminin toplumu kendi söylem alanının sınırları içerisinde sabitlemeye ve kapatmaya çalıştığını, karşıtların (muhaliflerin) bunun karşısına geleceğe ilişkin gönderimlere sahip toplumsal farkındalık yaratmaya ve vur-kaç taktiklerine dayanan politik söylemlerle çıktığını belirtmektedir.

Karşıtsal (muhalif) söylem kendini, siyasal erkin ve iletişim araçlarındaki tekelleşmenin karşısında konumlandırır. Türkiye'de televizyon aracıyla kurgulanan karşıtsal söylem alanına baktığımızda karşımıza Kanaltürk, Kanal B ve ART kuruluşları çıkar. Dönem dönem Habertürk televizyonu için de karşıtsal söylemi kurmaya çalıştığını söyleyebiliriz.

Erk sahiplerinin kitle iletişim araçlarıyla, özellikle televizyon aracılığıyla kurdukları egemen söylem, izleyicileri yalnızca siyasal alanda değil, her açıdan kuşatmış durumdadır. Öyle ki, diğer iletişim araçlarının içeriklerinin nasıl kullanılacağını bile televizyon iletileri belirlemektedir. O hafta hangi filmlerin gösterime girdiğini, bu filmler arasından hangisinin izlemeye değer olduğunu, gazetelerin o günkü eklerinde hangi ilginç konuları verdiğini öğrettiği gibi, nasıl zayıflayıp ideal vücut ölçülerine kavuşacağımız, çamaşırlarımızdaki inatçı lekeleri nasıl çıkaracağımız, hangi ses sanatçısının albümlerini satın alacağımız, çocuğumuzu üniversiteyi kazanması için hangi dersaneye yazdıracağımız, üniversite sınavını kazandıktan sonra da hangi 'doğru tercih'leri yapacağımızı gösterir bize. Kısacası "televizyon, izleyicisine yaşamın her alanında reçeteler sunar." [2]

Günümüzde televizyon, doğası gereği sinema, gazete, dergi, vb, kitle iletişim araçları içinde alıcıları bilgilendirme işlevini gerçekleştirmede kuşkusuz en ön kulvarda giden araçtır. Bunun nedeni öncelikle haberi toplama,

---

[1] Ünsal Oskay, *Söylem ve İdeoloji; Mitoloji, Din, İdeoloji*, Haz. Barış Çoban, Zeynep Özarslan. (İstanbul: Su Yayınevi, 2003) önsöz

[2] Nükhet Güz, kişisel görüşme, 27.07.2007

yayına hazırlama ve sunmada teknik açıdan "hızlılık" özelliğine sahip olmasıdır. Canlı yayın yoluyla sağlanan "anındalık" özelliği de televizyonu diğer iletim araçları içinde üstün hale getirir. Bir televizyon kuruluşu açısından canlı yayın yapabilmek, saygınlık kaynağı olarak değerlendirilir. Canlı yayın, doğrudan, aracısız yayıncılık ideolojisinin gerçekçi ve inandırıcı olma kaygısından kaynaklanmaktadır. "Oysa, televizyondaki görüntülerin anındalığı, canlılığı, aracısızlığı ve doğrudanlığı, insanları bu görüntülerin filmlerdeki görüntülerden çok daha gerçeğe benzer olduğunu düşündürmeye zorlasa da, aslında televizyondaki görüntülerin gerçek yaşamdaki olaylarla aynı ya da özdeş olmaları olası değildir. Birden fazla kameranın görüntüleri saptaması, böyle bir gerçeklik yanılsamasını yaratmaktadır. 'Gerçeklik yanılsaması' bir iletişim aracı olarak televizyonun doğası gereği, anındalık ve oradalık, doğrudanlık ve canlılık gibi olguların maniple edilmiş bir şekilde yansıtılmasıdır.[1]

Televizyonun bize sunduğu dünyanın yeniden kurgulanmış bir dünya olduğunu söyleyen Poyraz, Ellise'in, televizyonun özellikle haberler, haber programları, sohbet programları ve duyurular gibi pek çok programda, sanki canlıymış gibi hareket ederek doğrudan hitap tekniklerini kullandığını, bununsa televizyonun kendisini gerçekliği ya da yaşanan bir olayı, anında, doğrudan ve aracısız aktarıyormuş gibi sunmasından kaynaklandığını vurguladığını aktarmaktadır.

Habercilik adının televizyon kutusuyla birlikte anılmasının diğer önemli nedeni ise televizyon iletilerinin insanlara "görüntü" aracılığıyla ulaşmasıdır. Ne de olsa çoğumuza göre "görmek, inanmaktır".

Kitle iletişim araçlarının ortaya çıktığı yıllarda iletişim kuramcılarının büyük bölümü, bu araçların alıcılarını etkilemede büyük bir güç oluşturduğunu düşünmekteydiler. "1940'lara kadar kitle iletişim araştırmalarını yönlendiren temel varsayım; kitle iletişim alıcılarının görece etkisiz (atıl) ve edilgen olduğu

[1] Bedriye Poyraz, *Haber ve Haber Programlarında: İdeoloji ve Gerçeklik.* (Ankara: Ütopya Yayınevi, 2002) 52

biçimindeydi. Bu varsayıma göre, iletişim araçlarının hedef kitlesi, bu araçlarca iletilecek bilgiyi bekleyen, bu bilgi iletimine uğradıktan sonra onu algılayan, daha sonra anımsayan ve o ileti doğrultusunda hemen hemen tek biçim bir davranış gösteren atomize bireylerden oluşmaktaydı. Kitle iletişimi araçları tüketiminin bireysel ayrılıklar ve toplumsal ayrışmaya bağlı olarak gerçekte etkin bir davranış olduğu varsayımının, 1940'lardan başlayarak kabul görmesi [...] (ile) bilişsel değişkelerin ve alt-kültürlerin kitle iletişim araçları tüketimindeki etkileri araştırılmaya ve tartışılmaya başlandı."[1]

Ayhan Oğuz Ünlüer, Ekranın Öte Yüzü adlı kitabında kitle iletişimi araştırmalarının yönünde değişime neden olan bu ikinci dönemi Mutlu'nun verdiği tarihi biraz daha geriye çekerek 1930'lu yıllardan başlatır ve bu yıllardan sonra toplumbilimcilerin sistematik etki araştırmalarında "en az etki" savını benimsediklerini belirtir. Bu savın benimsenmesinde 1960'lı yıllarda televizyonun, Vietnam Savaşı ve Watergate olaylarındaki rolünün, medyanın sahip olduğu gücü etkili bir biçimde kullanabileceği görüşünü ön plana çıkarması etkili olmuştur.[2] Lichtenberg ise günümüzde de sürdüğünü söylediği kitle iletişimine ilişkin çalışmaların üçüncü döneminde, medyanın yalnızca ekonomik ya da siyasal konularda değil, dünya hakkında ne düşüneceğimizi belirleyen büyük bir güce sahip olduğu anlayışının egemen olduğunu söylemektedir.[3]

1940'lı yıllardan sonra bilişsel değişkelerin, bireysel ayrılıkların, toplumsal ayrışmaların ve alt-kültürlerin kitle iletişim araçları tüketimindeki etkileri üzerine pek çok araştırma yapıldığını belirtmiştik. McLuhan, J.C. Carothers'ın 1959 yılında 'Psychiatry' dergisinde yayımladığı 'Culture, Pyschiatry and the Written Word" adlı makalesinde, okuryazar olmayan yerlileri okuryazar yerlilerle ve genel olarak okuryazar olmayan insanı Batılı insanla karşılaştıran bir dizi gözlem yaptığını aktarmaktadır.

---

[1] Mutlu 39

[2] Ayhan Oğuz Ünlüer, *Ekranın Öte Yüzü.* (Konya: Tablet Kitabevi, 2005) 174

[3] Judith Lichtenberg, *Democracy And the Mass Media* (Cambridge: Cambridge University Press, 1990) 9

Bu araştırmanın sonuçlarına göre Batılı çocuk, kendisini zamansal-uzaysal ilişkiler ve mekanik nedensellik açısından düşünmeye zorlayan yapı blokları, kilit ve anahtarları, muslukları ve daha pek çok cisim ve olayla çok erken yaşta tanışırken, Afrikalı çocuk bunun yerine, hemen hemen yalnızca söylenen söze dayanan, dram ve duyguyla oldukça daha dolu bir eğitim almaktadır.

"Yani, herhangi bir Batılı ortamdaki bir çocuk, "neden"in etkili ve dizisel olduğu ve şeylerin tek bir düzlemde ve birbirini izleyen bir düzenle hareket ettiği ve oluştuğu birörnek zaman ve birörnek sürekli uzayın soyut, apaçık görsel bir teknolojisi ile kuşatılmış durumdadır. Oysa Afrikalı çocuk, konuşulan sözün örtük, büyülü dünyasında yaşar. Carothers, "kırsal Afrikalılar büyük ölçüde bir ses dünyasında -işiten için dolaysız olarak kişisel önemle yüklü bir dünyada- yaşarken, Batı Avrupalı'nın, bütünlüğü içinde kendisine karşı kayıtsız, görsel bir dünyada" yaşadığını tekrar tekrar vurgular. Kulak dünyası sıcak, hiperestetik bir dünya iken, göz dünyası görece soğuk, tarafsız bir dünya olduğundan, Batılı, kulak kültürü insanlarına tam bir soğuk nevale gibi görünür."[1]

[1] Marshall Mcluhan, *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu,* çev. Gül Çağlalı Güven. (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1999) 29

2. HABERDE GERÇEKÇİLİK VE NESNELLİK OLGUSU

Liberal basın ideolojisinin savunusuna göre haberin hızlı, doğru ve güvenilir bir biçimde hazırlanması ve iletilmesi zorunluluğu vardır. Doğru ve güvenilir olma nitelikleri ise, "gerçeklik" ve "nesnellik" olgularını içermektedir. Bir habercinin bütün düşüncelerini, önyargılarını, kişisel ve sınıfsal özelliklerini bir kenara bırakarak, olaylar ve olgular karşısında "yansız" bir tutum takınabileceğini ve haberini nesnel olarak yapılandırabileceğini vurgulayan bu teze, eleştirel kültürden gelen kuramcılar kuşkuyla yaklaşırlar.

Çalışmamızda kanı ve düşüncelerin serbest dolaşımını "hakikati aramanın bir yolu" olarak gören çoğulcu habercilik anlayışıyla, gerçeğin göreceli olduğunu ve her toplumun belirli dönemlerine egemen olan bir "gerçekçilik" anlayışının varlığını savunan eleştirel kuramları karşılaştırarak haberde "gerçeklik" ve "nesnellik" olgularının uygulanabilirliğini irdeleyeceğiz.

"Nesnel habercilik, öncelikle, basının demokrasilerde kendi rolünü tanımlama biçiminden yana bir tavrı yansıtır: Bu 'dördüncü güç', bekçi köpeği rolü ve karşıtsal (muhalif) basın anlayışıdır." diyen Glasser, gazetecilikte 'nesnellik'in statükodan taraf olduğunu belirtir ve Alvin Gouldner'ın "Nesnellik, gazetecilerin, 'statükonun yöneticileri olan' önemli ve seçkin kişilere bağımlılığını özendirdiği için doğası gereği tutucudur (muhafazakar)" tanımını destekler.[1]

[1] Theodore L. Glasser , *Philosophical Issues İn Journalism*, ed. E.D.Cohen. (GB: Oxford University Press, 1992) 176

Nesnellik olgusunun haberdeki ‘tutucu’ özyapısı, kendini egemen söylemlerce üretilen sloganlar aracılığıyla da ortaya koymaktadır. Erdal Atabek Cumhuriyet gazetesindeki yazısında iktidar partisinin “istikrarı koruyalım” sloganının hem gizli bir tehdit içerdiğini, hem de bütün yanlışların ve hataların koruyucu örtüsü durumuna geldiğini yazmaktadır: “Bu çok masum görünen sloganda, ‘sonra ekonomi bozulur, gene siz perişan olursunuz’ tehdidi var ki, işadamlarından sokaktaki insana kadar herkesi duralatıyor. Ayrıca ‘başınıza çok kötü şeyler gelir’ iması taşıyor. ‘İstikrar’ sözcüğü tehlikeli bir tehdit ve gizemli felaket imalarıyla siyasal iktidarın en önemli silahı oluyor. [...] Görünürdeki ‘ortada ne var ki, geçinip gidiyoruz’ kandırmacası, her türlü yolsuzluğun paravanıdır. Laiklik açıkça bu ‘sahte istikrar’ ortamında tahrip ediliyor. ‘Bağımsızlık’ sözcüğü öylesine unutturuluyor ki, her türlü teslimiyet ‘normal işler’ olarak yutturuluyor.”[1]

Profesyonel gazetecilik ilkelerini tanımlamadan haberde “nesnellik” savının irdelenmesi olanaklı bulunmadığından öncelikle bu ilkelerin içeriklerine ve doğduğu tarihsel koşullara değinilecektir.

2.1. Profesyonel Gazetecilik İlkeleri

Kaynağını kapitalist medya kuruluşlarının gelişmesinden alan “nesnellik, tarafsızlık ve dengelilik” anlayışını içeren profesyonel gazetecilik normları, günümüz radyo ve televizyon haberciliği alanında da geçerliliğini korumaktadır.

“Nesnel” sözcüğü felsefe sözlüğünde şöyle tanımlanmaktadır:

“Nesneye ilişkin ya da nesneyle ilintili olanın; nesnenin kendisiyle örtüşen, nesnenin gerçekliğiyle uyum içinde bulunanın; karşıtı olduğu “öznel” olandan kesin bir biçimde ayrı olanın; düşünceden de deneyimden de bağımsız olan ya da başka bir deyişle ‘ben’in dışında bulunanın varolma biçimi. [...]

[1] Erdal Atabek, “*Sözcük Tuzakları*”, *Cumhuriyet* [İstanbul], 2 Temmuz 2007

Kişiler için önyargıların etkisinde kalmaksızın yargıda bulunma, sonuç çıkarma, karar alabilme yeteneği; öznel duygulanımlardan, kişisel beğenilerden ve çıkarlarından sıyrılarak şeylere, olaylara, durumlara, ilişkilere öylece bakma yetisi.” [1]

“Nesnellik” olgusundaki ‘gerçeklik’ ve ‘gerçeğe uygunluk’ ayrışması, Aristotelesçi yaklaşımdaki “öykünme” kavramını gündeme getirir. Buna göre sanatçılar eylemde bulunanlara öykünürler. Aynı öykünme araçlarıyla aynı nesneler farklı olarak taklit edilebilir. Aristoteles, ozanın ödevinin gerçekten “olan” şeyi değil, tersine “olabilir olan” şeyi, yani olasılık ya da zorunluluk yasalarına göre olanaklı olanı anlatmak olduğunu söyler: “Tarih yazan ve ozan, biri düzyazı, öteki nazım yazdığı için birbirlerinden ayrılmazlar. Çünkü, Herodotos’un yapıtının mısralar biçimine getirilmiş olduğu düşünülebilir. Bununla birlikte, ister nazım, isterse düzyazı biçiminde olsun, Herodotos’un yapıtı bir tarih yapıtıdır. Ayrılık daha çok şu noktada bulunur: Tarihçi daha çok gerçekten ‘olan’ı, ozansa ‘olabilir olan’ı anlatır.”[2] Nesnellik “olduğu gibi” aktarmayı gerektirir, yorum aşaması ise “olması gerektiği gibi” sürecinde ortaya çıkar.

Kişilerin önyargılarının etkisinde kalmaksızın, kişisel beğenilerden ve çıkarlarından sıyrılarak yargıda bulunma, sonuç çıkarma, karar alabilme, durumlara bakma ile iş görme niteliği olarak tanımlanan nesnellik kavramı, özgürlükçü basın anlayışının temel dayanağını oluşturmuştur. Nesnellik ilkesi bizi, habercinin değer yargılarından ve görüşlerinin etkisinden arınmış olması sonucuna götürür.

Propaganda modeline göre, medya metinlerini biçimlendiren süzgeçlerden biri medyanın haber kaynaklarıdır. Propaganda modeli, medyanın haber oluşumu için “doğruluğu onaylanmış” (akredite) haber kaynaklarına -ki bunlar çoğunlukla siyasal, ekonomik ve kültürel seçkinlerdir- büyük ölçüde bağımlı olmasının, haberin egemen çevrelerin dışına çıkmasını

---

[1] Abdülbaki Güçlü, Erkan Uzun, Serkan Uzun, Ü. Hüsrev Yolsal, *Felsefe Sözlüğü.* (Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2003) 1030

[2] Aristoteles, *Poetika,* çev. İsmail Tunalı. (İstanbul: Remzi Kitabevi, 2006) 31

engelleyen etmenlerden biri olduğunu söyler. Egemenlik genörneği (hegemonya modeli) de haber kaynağı ile gazeteci ilişkisinin sorunlu yapısına ve medya ile haber kaynakları arasında karşılıklı bir çıkar ilişkisinin varlığına dikkat çeker. Medya profesyonellerinin kaynak kişilerin görüş ve açıklamalarına dayanarak haberleri oluşturmaları, liberal yaklaşımın benimsediği gazetecinin "tarafsızlığı", haberin "yansızlığı" gibi savunuların dayanak noktalarını oluşturmaktadır. Medya haberleri tarafsızlık, objektiflik ve dengelilik misyonu üstlenir. Ancak süreç bütünüyle sorgulandığında bu durumun, "yapısal bir yanlılığı gizlediği" görülür. "Nesnellik", "yansızlık" gibi normatif değerler kaynakların inanılırlığını kurar ve pekiştirirler"[1]

Mutlu, haber değerine ilişkin olarak şu açıklamayı yapar: "Haber değeri, haber öykülerinin seçiminde, kurulmasında ve sunumunda kullanılan profesyonel kodlardır. Haber değeri, endüstrileşmiş haber şirketlerinin üretim gereksinimlerinin bir sonucudur. Dolayısıyla bu kodların bireysel muhabirlerin kişisel özellikleriyle hiçbir ilgisi yoktur." [2]

Habercinin bağlı bulunduğu yayın kuruluşu içindeki toplumsallaşma süreci de profesyonel gazetecilik ideolojisinin yerleşip devam etmesinde önemli bir rol oynar. Haberciler, bu toplumsallaşma sürecinde "haber değeri"ne ilişkin ölçütleri öğrenmekte ve içselleştirmektedirler. Çoğu zaman da bu ölçütlerin egemen ideolojiyi besleyecek özelliklerinin farkına varmamaktadırlar. Çalıştığı kuruluşun olaylara yaklaşımını öğrenen muhabirler, haber yapma sürecinde bu yaklaşımı, üzerinde fazlaca düşünmeden ya da zorunlu olarak benimsemek durumunda kalırlar. Böylece haber metni ve görüntüsü çoğu zaman editör ya da haber müdürünün girişimine bile gerek kalmadan egemen ideolojinin sınırları içinde biçimlenmiş olmaktadır.

"Haber değeri" ölçütünü muhabirlerin ötesinde yayın kuruluşlarının, hatta devlet siyasasının saptadığına örnek olarak Körfez Savaşı sırasında

---

[1] Ayşe İnal, *Haber Üretim Sürecine İki Farklı Yaklaşım.* (Ankara: İlef Yıllık 8, 1993), 171

[2] Erol Mutlu, *İletişim Sözlüğü.* (Ankara: Ark Yayınevi, 1994), 151

Irak'tan yapılan televizyon yayınları gösterilebilir. "CNN Körfez Savaşı'nı 24 saat canlı yayınla bütün dünyaya iletti. Ancak CNN kameraları savaş gerçeğini çarpıtarak yansıttı. Körfez Savaşı'nda, teknolojinin kendisi haber olarak sunuldu. Kameralar orada ve anındaydı. Ama haber değeri taşıyan bir şeyleri görmeden, duymadan aktarmadan oradaydı. CNN muhabirleri, durmadan konuştular; ama bir haber vermediler. Bir otel adasının pencerelerinden gördüklerini anlattılar. Yine de biz, savaşın birinci elden tanığı olduğumuzu sandık. Bir yanılsama içinde, savaşı canlı izlediğimizi düşündük; ama hiçbir zaman ölen insanları göremedik; televizyondan bize ulaşan görüntüler, asla savaşın gerçek yüzünü gösteremedi; biz buradan bir yorum yapma olanağını elde edemedik. Görebildiğimiz, sadece petrol bataklıklarında can çekişen kuşlardı. Sanki Körfez Savaşı'nda yaşam savaşımı veren, yalnızca bu kuşlardı; onun dışında savaş, hiçbir insanın kılına dokunmadı. CNN, bize böyle bir yanılsama, hayal kırıklığı yaşatırken televizyonun canlı yayın anında bile gerçekliği aktaramayacağının kuşkusuz en iyi örneğini oluşturdu."[1]

Çok çeşitli etmenlerin devreye girerek belirlediği profesyonel gazetecilik ilkeleri dünya genelinde benzer biçimde benimsenip uygulanmaktadır. Bu ilkelere Türkiye'den "Basın Konseyi Gazetecilik İlkeleri" ve "Doğan Medya Grubu Meslek İlkeleri" örnek olarak verilebilir. Basın Konseyi gazetecilik ilkelerini açıklarken "Gazetecilikte temel işlevin, gerçekleri bulup bozmadan, abartmadan kamuoyuna yansıtmak olduğunu göz önünde tutmak ve Konsey'in kendi çalışmaları üzerinde hiçbir dış müdahaleye izin vermemek olduğu vurgulanır ve ilkeler şöyle sıralanır:

1. Yayınlarda hiç kimse; ırkı, cinsiyeti, yaşı, sağlığı, bedensel özrü, toplumsal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz.

2. Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı yada incitici yayın yapılamaz.

[1] Poyraz 53

3. Kamusal bir görev olan gazetecilik, ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez.

4. Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan ya da iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez.

5. Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz.

6.Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın ya da doğruluğuna emin olmaksızın yayınlanamaz.

7. Saklı kalması koşuluyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayınlanamaz.

12. Gazeteci görevini, taşıdığı sıfatın saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumlarla yapmaktan sakınır.

Buraya kadar sıralanan ilkeler, deontolojik (ödevbilgisel) ilkeler olup, “aktörel” (etik) anlamda meslek uğraştaşlarının kendi aralarındaki ve haberlerine konu olan kişilerle ilişkilerini düzenleyen kuralları göstermektedir.

8. Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan o basın organının özel çabalarla gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymüş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir.

9. Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse "suçlu" ilan edilemez.

10. Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimseye atfedilemez.

11. Gazeteci, kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın kamuoyunu kişisel, siyasal ekonomik vb. nedenlerle yanıltmayı amaçladığı haller bunun dışındadır.

13. Şiddet ve zorbalığı özendirici, insani değerleri incitici yayın yapmaktan kaçınılır.

16. Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve yalanlama hakkına saygı duyarlar.

Yukarıda sözü edilen ilkeler ise, insan hak ve özgürlüklerini gözetip kollamak amacına yöneliktir. Aşağıdaki ilkeler mesleğin teknik yönleriyle ilgilidir.

14. İlan ve reklam niteliğindeki yayınların bu nitelikleri, çekinceye yer bırakmayacak şekilde belirtilir.

15. Yayın tarihi için konan zaman kaydına saygı gösterilir.

Doğan Medya Grubu Meslek İlkeleri ise gruba dahil yazılı, sözlü ve görüntülü (elektronik) basın organlarında çalışan her ilgilinin ve bu gruba ait her basın organının uygulaması gereken kurallar bütünü olarak tanımlanmaktadır. Bu meslek ilkelerinden birkaçı şunlardır:

1. Gazetecilikte temel işlev, gerçekleri bulup bozmadan, abartmadan ve hiçbir baskının etkisi altında kalmadan en kısa zamanda ve edinilebilen tam bilgiyle kamuoyuna iletmektir.

2. Gazeteci, meslek çalışmalarını her türlü çıkar ve nüfuz ilişkisinin dışında tutar; herhangi bir siyasi partide etkin görev almaz.

16. Haberlerin araştırılması, hazırlanması ve yayımlanmasında her zaman dengeli, gerçeğe bağlı ve nesnel (objektif) davranılması şarttır.[1]

"Dengelilik" ilkesi ise çoğulcu anlayış bakışaçısından; "habercinin tüm farklı görüşlere eşit oranda yer vermesi"ne dayandırılmaktadır. Peki bu farklı görüşler kimlere aittir? Bu görüşler güç sahibi kişi ve kuruluşların gündeme ilişkin görüşleridir. İktidar sahiplerinin; siyasal partilerin, baskı gruplarının görüşlerinin dengelilik ilkesi yoluyla habere girdiği kabul edilir. Elinde belirli bir gücü olmayan kesimlerin görüşlerinin ise liberal basın ideolojisi ve uygulamalarının döndürdüğü çarkın içine girememesi nedeniyle, J.S. Mill'in "tek bir düşünce bile susturulmamalı ve kamuya mal olmalıdır" şeklinde tanımladığı özgürlük anlayışı soyut çerçevesinden sıyrılıp uygulama alanına çıkamamaktadır.

Siyasal, askeri ve ekonomik seçkinlerin yanısıra söz edilmesi gereken bir seçkin grubu daha vardır ki, iletişim kuramcılarınca bu topluluk genel olarak "düşünce (kanaat) önderi" olarak tanımlanır. Muhtar, imam, öğretmen köylerde yaşayan insanlar için düşünce önderiyken, kentlerde yaşayanlar için bu ön adı gazeteciler, haber üreticileri, politkacılar, iş adamları, ticaret odaları ve sanayici dernekleri yöneticileri vb. üstlenmektedir. Bu kavramın geçmişi, Hegel'in kamusallığın işlevini, "egemenliğin ussallaştırılması" olarak tanımlamasının ardından, Habermas'ın bu işlevi yerine getirecek olanları "özel kişilerden oluşmuş kamusal bir topluluk" biçiminde tanımlamasına dayanır. Buna göre, "parçalanıp dağılmış bir kamusallığın tam ortasında, kamusallığa yetkili olan ve kanaat oluşturabilenlerin adına hareket edenlerden oluşmuş bir iç çevre, [...] yalnızca alkış tutup onay veren bir topluluğun ortasında düşünce üreten kamusal bir topluluk" vardır.[2]

Van Dijk siyasal, askeri ve ekonomik seçkinlerin yanısıra "simgesel seçkinler"in de "modern enformasyon ve iletişim toplumları"nda iktidarın uygulanması ya da sürdürülmesi için gerekli ideolojik destek çerçevesinde

---

[1] Girgin 233

[2] Jürgen Habermas, *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*, çev. T. Bora, M. Sancar. (İstanbul: İletişim Yayınları, 1997) 388

zorunlu bir rol oynadıkları görüşünü benimser. Yazara göre, egemen ideolojiye eklemlenme biçimi, "simgesel sermaye" temelinde iktidar uygulayan gazeteciler, yazarlar, sanatçılar, yönetmenler, akademisyenler gibi 'simgesel seçkinler' denebilecek gruplar tarafından denetlenir. "Kamusal bilginin, inançların, tutumların, kuralların, değerlerin, aktörenin ve ideolojilerin üreticileri" olan bu grupların simgesel erki, aynı zamanda bir ideolojik iktidar biçimidir.[1]

Düşünce önderlerinin her konuda izleyicilere ne yapacaklarını, hangi durumlarda nasıl davranacaklarını söylemeleri, beraberinde sanal demokrasi içinde haberlerin ve haber programlarının büyük ölçüde önem kazanmaları sürecini de getirir. Türk Dil Kurumu'nca "Halkın egemenliği temeline dayanan yönetim biçimi, el erki"[2] olarak tanımlanan demokrasi kavramı günümüzde tersine dönmüş gözükmekte, halk gözü önünde (televizyon camının arkasında) düşünce üreten kamusal bir topluluğu alkış tutarak onaylayan bir topluluk durumuna düşmektedir. Demokrasilerde asıl olarak yurttaşlardan toplumsal olaylarla ilgilenmeleri, tepkilerini dile getirmeleri, toplum çıkarını ilgilendiren sorunları çözebilmek amacıyla örgütlenmeleri beklenirken, onlar televizyonda çeşitli erk odaklarının kurduğu egemen söylem alanı içine girememekte, ayrıca girmeyi de ister görünmemektedirler. Düşünce önderleri ve haber yapıcıları tarafından oluşturulan televizyon iletileri, izleyiciye sürekli olarak, ne konuda olursa olsun düşünmesine gerek olmadığını, simgesel seçkinlerin bir olay karşısında nasıl tepki vermesi gerektiğini onun yerine çoktan düşünmüş olduğunu dolaylı yoldan anlatır. Örneğin Kanal D Televizyonu'nun haber bülteninde "Cumhuriyet Mitingi Çankaya'ya Başbakan Erdoğan ya da Ak Parti'li birinin çıkmaması için yapılmaktadır" ve "Miting Çankaya sürecini etkilemeyecektir" yorumları ile, izleyici haberi nasıl okuması gerektiği konusunda yönlendirilmektedir.

---

[1] Teun A. Van Dijk, "Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları", çev. ve der. Mehmet Küçük. *Medya İktidar İdeoloji*. (Ankara: Ark Yayınevi: 1994) 276

[2] http://www.tdk.gov.tr/

Bu anlatılanlar ışığında acaba “yorumdan arınmış bir dil” olabilir mi? Profesyonel anlayışa göre yanıt ‘evet’tir.

Dijk haberin birinci tekil şahıs dili ile yazılamayacağını, açıkça kişisel yorum içeremeyeceğini, mutlaka tarafsız olması, olayı nesnel bir dille anlatması ve tüm tarafların görüşlerine yer vermesi gerektiğini belirterek profesyonel gazetecilik ilkelerini de sıralamış olmaktadır. Ona göre haberi diğer tüm metinlerden farklı ve özgün kılan da bu özelliklerdir. “Haber küreselleşen tek metindir.” diyen van Dijk, kültürel, özgün bir sinema dili, kültürel özgün bir şiir dili ya da müzik dili olabileceğini ancak gazeteciliğin profesyonel uzlaşımsal dilinin ve anlatım biçiminin dilden dile, kültürden kültüre en az değişen ve en çok benzeşen dil olduğunu vurgulamaktadır.[1]

Yine profesyonel gazetecilik ideolojisinden kaynaklanan, “haberin olaya ilişkin, yorumunsa köşe yazarlarına ait” olması gerektiği görüşü gazetecileri haber kaynaklarına iyiden iyiye bağımlı kılmıştır. İnal’ın deyimiyle; “Kişisel kanısını ‘ben ...yorum’ biçimiyle aktarması yasaklanan gazeteci, kendi görüşlerini farklı biçimlerde yazabilmektedir. Burada temel sorgulanması gereken konu ‘yorumdan arınmış bir dil’ olabileceğine ilişkin önkabuldür. Haberde yorum gazeteciler tarafsız olamadıkları için değil; dil, sözcükler, kullanılan işaretler çok vurgulu olduğu için her zaman vardır ve kaçınılmazdır.” ‘Yorum’ yapabilme yetisinin gazetede köşe yazarı, televizyonda ‘günün yorumu’ türünden programları sunan yorumcuların dışında kalan gazeteci-habercilerin elinden alınmış olması, onların yorum yapmasının önünde hiçbir zaman engel değildir. Haberde yorum bildirmenin pek çok yolunun bulunması durumunun, bu yolları ortaya çıkarmayı amaçlayan söylem çözümlemelerinin doğuşunun ana nedeni olduğu düşüncesindeyiz. Çalışmamızın temel dayanak noktasını da, bu konuyla bağlantılı olarak, haberde açıkça yorum yapması engellenen gazetecinin, olaylar karşısında tamamen “etkisiz” kalamayacağını anlatmak oluşturmaktadır.

---

[1] Teun A. Van, *News Analysis: Case Studies of International and National News in the Press.* (NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1988a)

Haberci öncelikle kullandığı dilin çok anlamlı yapısının kuşatması altındadır. Aynı zamanda haberci haber kaynaklarından aldığı malzemeyi işlemek durumundadır. Bu işlemeyi, olayı ya da olguyu kendi izlenimlerinin, düşüncelerinin, önyargılarının süzgecinden geçirdikten sonra, bağlı bulunduğu yayın kuruluşunun siyasal ve ekonomik konumlanışını gözönünde bulundurarak, aynı zamanda da tarafsız görünmek kaygısıyla yapmaya çalışır. Haberci haber sürecine çoğu zaman olay ya da durum gerçekleştikten sonra katılır. Olayın olduğu yerde olay anında bulunabilme şansı çok düşük olan haberci, günlük alışılagelen haber akışı içine, haber kaynaklarının sunduklarını elektronik ortamda almak ya da çağırıldığı basın toplantılarına katılmak yoluyla girebilmektedir. Olaya tanık olmayan habercinin "haber kaynaklarının söylemlerinin yeniden üreticisi" durumuna gelmesi kaçınılmaz olmaktadır.

Haberin, hem kaynaklar tarafından iletişim ortamına sunulması, hem de haberciler, gazeteciler tarafından alınıp yeniden kurgulanarak izleyiciye sunulması onun söylemsel yönüne işaret etmektedir. İnal, haber söyleminin yalnızca haber metinlerinin yapısal özelliklerinin sistematik çözümlenmesi ile anlaşılamayacağını, anlaşılması için, içinde oluştuğu bağlamla ilişkilendirilmesi gerektiğini söylemektedir. Bu bağlam ise bizleri haber üretimi ve toplumsal yapı içinde medyanın konumuna ilişkin tartışmalara geri götürür ve haber medyasının toplumsal güç ya da iktidarın kurulup sürdürülmesindeki rolünü tartışmaya açar. Ayrıca profesyonel gazetecilik kurallarına yönelik eleştirel bir sorgulamayı da zorunlu kılar.

"Çoğulcu basın anlayışı ile gazetecilik uygulamalarını ele almak, bizleri profesyonel kuralların içine hapseder ve haberde yanlılık olgusunun 'siyasal tarafgirlik' olarak anlaşıldığı 'miyop' bir 'bilimselcilik' anlayışına tutsak eder" diyen İnal, haberi bir söylem olarak kavramanın bu söylemin oluşum ve alımlanma süreçlerini de içine katan bir çözümleme anlayışını benimsemeyi gerektirdiğini belirtir. Aslında 'miyop' yerine 'astigmat'[1] terimini kullanmanın daha yerinde olacağını düşünmekteyiz. Çünkü astigmat bir göz, varlıkların biçimlerini bozuk olarak görür. Haberi bir söylem olarak

[1] Güz, kişisel görüşme, 27.07.2007

kavramak, siyasal, ekonomik ve kültürel yapı içinde medyanın konumuna ilişkin bir sorgulamayı beraberinde getirmektedir. Medyaya 'dördüncü güç' denmesine neden olan Montesquieu'nun güçler ayrımı ilkesinin sunduğu ve daha sonra anayasacılık anlayışı içinde gelişen güçler ayrılığı ilkesini kabul etmek yerine, medyanın konumu siyasal, ekonomik ve kültürel koşullar içinde tarihselci bir anlayışla sorgulanmalıdır. Haberi bir söylem olarak kavramak, üretim aşamalarının yanısıra, alımlanma süreçlerinin de ortaya çıkarılmasını gerektirir: "Haberi bir söylem olarak kavramak, haberin diline duyarlı bir kuramsal tartışmayı da beraberinde getirir. Bizleri varolan anlamların aktarıcısı olan 'şeffaf dil' anlayışından, diğer bir deyişle 'araçcı dil' anlayışından uzaklaştırır ve anlamlandırma süreçleri üzerinde duran bir dil sorgulamasına kapılarını açar."[1]

Dilin düşünceleri aktarmada yalnızca bir 'araç' olduğu anlayışının terkedilmesi, eleştirel kuramlarca sorgulanması ve karşısına sürekli dönüşen "özne" olgusunun çıkarılmasından sonra gerçekleşmiştir. Yüzyıl önce, bir insanın "sınırlı araçlardan sınırsız bir biçimde yararlanarak", kendi başlarına zihinlerimizde olup bitenlerle hiçbir benzerlikleri olmamasına karşın başkalarına düşüncemizin ve gerçekleştirdiğimiz çeşitli zihinsel etkinliklerin gizini bildirme olanağı veren; 25-30 sesle sınırsız anlatım oluşturma olanağı sağlayan o olağanüstü buluşa, insan dilinin "organik biçimini" açıklayan bir üretici dilbilgisinin nasıl kurulacağına ilişkin açık bir görüş yoktu.[2] Haberi 'söylem' olarak ele alan eleştirel dilbilimin yanısıra eleştirel söylem çözümlemesi yaklaşımları ile birlikte gelişen eleştirel okulun ortaya çıkışıyla birlikte, araçcı dil anlayışına karşı çıkan, dili bir anlamlandırma süreci olarak ele alan eleştirel dilbilimciler dilin 'şeffaf' bir özyapısı (karakteri) olmadığını vurgulayarak, dili anlamlandırma sürecine yönelik çalışmalarının odak noktasına, değişen, dönüşen ve sürekli yapılaşma durumunda olan "özne"yi koydular.

---

[1] Ayşe İnal, *Haberi Okumak.* (İstanbul: Temuçin Yayınları, 1996) 22

[2] Noam Chomsky, *Dil ve Zihin*. (İstanbul: Ayraç Yayınevi, 2001) 40

Liberal-çoğulcu kuramın savunularına dayanan profesyonel gazetecilik ilkelerinin, haberde "gerçekliğin" sağlanabileceği, tarafsız ve kaynaklara yer verme açısından dengeli olunması gerektiğine ilişkin vurgularını irdeledikten sonra çalışmamızın şimdiki bölümünde televizyonun teknik doğasından kaynaklanan "sanal gerçeklik" yanılsamasını tartışmaya açacağız.

2.2. Televizüel Gerçeklik

Televizyonun, kitle iletişim araçları içinde, gerçeği aslına en yakın olarak aktaran araç gibi görünmekle birlikte, bu yanılsamadan dolayı belki de en çok çarpıtan araç olduğu düşüncesi giderek yaygınlık kazanmaktadır. Çünkü televizyon, kendine özgü tekniğiyle olayları aktarırken, aslında yeni bir gerçeklik -televizyon gerçekliği- yaratmaktadır. Amerikalı araştırmacı Gerbner ve grubu tarafından yürütülen ekinsel çalışmalarda, en popüler kitle iletişim aracı olan televizyon, kurulu sanayi toplumunun ekinsel (kültürel) kolu olarak nitelendirilmektedir. Ekinsel göstergeler çalışması, televizyon pratiğinde ideolojinin işleyişini birkaç temel noktada saptamıştır. Buna göre insanları birbirine bağlayan, ortak bilinci oluşturan popüler ekin, televizyon tarafından oluşturulmaktadır. Televizyon, toplumun bütün kurumlarına girerek, tekrarlanan ve yaygın kalıplar yoluyla belli bir dünya görüşünü oluşturur.

Gerbner çalışmasında televizyonun yerleştirmeye çalıştığı genel dünya görüşü ve değerlerini 'ana akım' (ana yol, orta yol) olarak adlandırmıştır. Televizyon, geleneksel olarak siyasal süreci biçimlendiren, ayrı yönelimleri emerek içine çeken ve kendine özgü bir akım oluşturan araçtır. Televizyon, merkezileşmiş bir öykü anlatma sistemidir. Drama, reklam, haberler ve diğer bütün program türleriyle her eve ortak bir imaj ve iletiler dünyası getirir. Diğer bir boyutu ile günümüz insanı, televizyonun göstergeler dünyası içinde doğar ve televizyonun tekrarlanan pratiği ile yaşar. Televizyon, tutum ve davranışları eker. Televizyonun sanayi öncesi dinden beri ilk defa güçlü bir ekinsel bağ oluşturduğunu belirten Gerbner, televizyonun Amerikan toplumu üzerinde yaptığı etkileri çözümleyerek bazı sonuçlara varmıştır:

"Televizyon, tıpkı Amerikan okulları gibi, Amerikan sistemi için işlevsel açıdan okuryazar cahiller üretir. Halka neyi ve nasıl tüketeceği öğretilir. Sonuç olarak televizyon, insan düşüncesini demokratikleştirmemekte, aksine ekonomik, kültürel ve siyasal olarak bağımlı bir hale getirmektedir. Toplumsal olarak televizyondan edinilen ortak deney, birinin gerçeğinin ötekinin hayali olmasıdır, yani bu gerçek, günlük ilişkilerde kendini ezenle ezilen, işverenle işçi, işten kovanla kovulan, toprak sahibi ile topraksız, rüşvet verenle alan arasındaki ilişki olarak gösterir. İnsanlar, simgelerle değil, bu simgelerin çıktığı ilişkilerle yaşamlarını sürdürürler; köle ya da efendi, aç ya da tok, izleyici ya da izletici olurlar." 1

Haber ve gerçeğin birbirinden ayrılması gerektiğini vurgulayarak; haberin, yaşanan gerçekliği farklı bir şekilde kurgulayıp aktardığını kuramsal alanda ilk kez ortaya koyan Walter Lippmann olmuştur. Ona göre haber bir olayla ilgilidir, gerçeğin haber işlevi ise gizli saklı almış olayları ortaya çıkarıp birbirleriyle ilişkilendirerek insanların bir değerlendirme yapmasını sağlamaktır.[2]

Lippmann'la çağdaş kuramcılardan Wilbur Schramm da; "Haber insanın zihninde yaratılır; olaydan sonra algılanmış olgudur, haber olay ile özdeş değil, ancak olayın temel çerçevesini yeniden üretme girişimidir" diyerek haberin olay kavramıyla açıklanamayacağına dikkat çekmiştir. Bu kodlamada şekil, vurgu, sunumun ve aktarmanın getirdiği teknik zorunluluklar izleyicinin gereksinim ve seçimleri gibi noktalar göz önünde bulundurulur.[3]

Ekrandaki görüntü genellikle, olayın gerçek nedenini değil, görsel yanını yansıtması nedeniyle aldatıcıdır. Sartori, televizyonlara canlı olarak yansıyan ilk savaş olan Vietnam Savaşı'nın, Vietkonglu bir esirin şakağına ateş eden Güney Vietnamlı albayın görüntüsü ile hatırlandığını belirtmektedir. Ancak uygar dünyanın tepkisini çeken bu görüntüde, aralarında

---

[1] Korkmaz Alemdar, İrfan Erdoğan,*İletişim ve Toplum.* (İstanbul: Bilgi Yayınları, 1990) 141

[2] Walter Lippmann, *Public Opinion.* (New York: The Macmillan Company, 1949) 339-358

[3] Wilbur Schramm, *The Nature of News.* (Journalism Quarterly, September, 1949) 259-260.

Amerikalılar'ın da bulunduğu, korkunç bir biçimde sakatlanmış, kadın ve çocuk cesetleri görünmemekteydi. Dolayısıyla şakağa dayalı infazın görüntüsü doğruydu, ancak verdiği mesaj aldatıcıydı.

Sartori'nin aktardığı diğer bir sembolik olay, zenci Rodney King'in 3 Mart 1991 yılında Los Angales'lı polisler tarafından feci şekilde dövülmesidir. Bu olayın görüntüleri televizyonlarda yüzlerce kez gösterilmiştir. Dövülenin, polisi 180 km kadar peşinden koşturduğu uyuşturucu almış bir sarhoş olduğu ve durması için yapılan uyarıları dinlemediği belirtilmemiştir. Neredeyse ırk ayırımına dayalı bir iç savaşa yol açacak olan bu görüntülerin veriliş biçimiyle yalan olduğunu belirten Sartori, "Polisin uyguladığı şiddet affedilemez ancak konunun bütünlüğü içinde kaybolmuş olay, hiçbir şekilde yaratmış olduğu patlamayı doğrulamıyordu." demektedir. "Örnekleri çoğaltmak gereksiz. Görüntülerle anlatılan bir olayı saptırmak için makasların yetiyor olması alışılmış bir gerçektir. Bunun dışında, görüntünün kendiliğinden konuştuğu hiçbir şekilde doğru değildir. Bize öldürülen biri gösterilir. Peki onu kim öldürdü? Görüntü onu söylemez; bunu, elinde mikrofonu tutan ses söyler ve eğer muhabir yalan söylemek niyetindeyse ya da öyle söylemesi istenmişse, görev, istendiği gibi yapılır".[1]

Televizyonun teknik olanakları da çoğu zaman 'televizüel bir gerçeklik' kurulmasına katkıda bulunur. "Yakın çekim" tekniği bu olanaklardan biridir. 'Yakın çekim' mitini kısaca açıklarsak mitin yalnızca insanlar ve olaylarla üretilmediğini, modern hayatımızın oldukça geniş bir alanına yayıldığını görmek daha kolay olacaktır. Çünkü yakın çekim mitinin temelinde de ideoloji yatmaktadır. Yakın çekimle insanın bireyselliği adına insanın toplumsallığı gözardı edilebilmektedir. Biçimsel indirgeme, aslında ideolojiyi taşıyan öze ilişkin indirgemenin fiziksel ve teknik olarak onaylanmasıdır. Bunu şöyle açıklamak olasıdır: Televizyon ekranının küçük olması, çevrenin gösterilmesini engeller, çevre unsurunun etkisini azaltır, giderek etkisiz hale getirir. Anlaşıldığı gibi, bireyleri ve nesneleri çevresinden soyutlayan yakın çekim, televizyonun asıl çekim ölçeği olarak karakterize

[1] Sartori 78.

edilmektedir. Bu fiziksel gerekçeli indirgeme, yakın çekimin sinemasal saymacalardan aktarılan anlamıyla da birleşerek, televizyonun kişisel bir dünya olduğunu ileri süren ideolojiye dönüşmektedir. Bu iddia, bireyin ancak toplumsal çevreyle varolabileceği gerçeğini göz ardı etmektedir.[1]

Kameranın çekim açılarına göre görüntüye nasıl anlamlar yüklenebileceğini, Tuchman, Hall'dan şöyle aktarmaktadır: Ayrıntıları göstermek için, yakın mesafe çekimi ve kişiyi kavrayan yakın kişisel mesafe daha çok dokunma mesafesi, dokunma duygusu gibi bir anlamı; belüstü çekime karşılık gelen uzak kişisel mesafe ve dizüstü çekime karşılık gelen yakın toplumsal mesafe gibi çekim açıları daha çok resmiyeti, işi ve konumu vurgulamak için kullanırlarken bu açılar, aynı zamanda konuşma uzaklığı olarak işlev görmektedirler; boy çekimine karşılık gelen uzak toplumsal mesafe, genel çekime karşılık gelen kamusal mesafe türündeki çekim açıları ise, genellikle izleyiciyle konuşan arasındaki uzaklığı artırmaları nedeniyle çok fazla kullanılmayan açılardır. Kamusal mesafe, genellikle haberler ve haber programlarında çok kullanılmaz, özellikle röportajlarda daha çok dokunma mesafesi anlamına gelen yakın mesafe çekimleri kullanılmaktadır. [2]

Haberi, bize ne bilmek istediğimizi, neyi bilmeye ihtiyacımız olduğunu ve ne bilmemiz gerektiğini söyleyen bir çerçeve olarak tanımlayan Tuchman, dünyaya bakan bir pencere olarak haberin diğer çizilen çerçevelerde olduğu gibi, gerçekliği belli bir bakış açısıyla resmetmekte olduğunu belirtir. Haber böyle bir pencere olarak değerlendirildiğinde, pencerenin küçük mü, büyük mü, temiz mi, kirli mi, caddeye mi yoksa arka bahçeye mi baktığı gibi sınırla-malar da kaçınılmaz doğal etkenlerdir.[3]

Konuşulan ve yazılı sözcük, giysi, ev, para, basın, yol, araba, tekerlek, uçak, fotoğraf, telgraf, daktilo, telefon, sinema, radyo, televizyon... Yani McLuhan'ın ünlü sözüyle 'araç mesajdır'. McLuhan'ın bu sloganlaştırılmış sözüne temel oluşturan düşünceleriyse şöyle açıklanabilir:

---

[1] Erol Mutlu, *Tarafsız Yayıncılık.* (Ankara: A.Ü.B.Y.Y.O. Yılllık, 1988) 130

[2] Gaye Tuchman, *Making News.* (New York: The Free Press, 1978) 116

[3] Tuchman 1

“İçerik yerine biçime eğilmek gerek. İletişimin şekli belli iletiler için seçim yetkesine sahiptir. İçerik daima belli bir şekilde vardır ve bu biçimin dinamiği tarafından bir dereceye kadar yöneltilir. Eğer araç bilinmezse ileti de bilinmez. Bu anlamda araç ortak iletidir. Araç kullanan kişilerin algısal alışkanlıklarını değiştirir. Araç yansız değildir. Kişilere olduğu kadar topluma da mesaj verir.” McLuhan bu sözleriyle iletinin içeriğinin iletildiği araç yardımıyla biçimlendiğini ve bu nedenle aracın aslında iletinin içeriğinden daha önemli olduğunu anlatmaktadır. Örneğin bir haberin tanıdık bir kişiden duyulması, radyoda okunması, bir filme konu olması ya da televizyonda görüntüler eşliğinde verilmesi ile içerik belli ölçülerde farklılaşır. Burada vurgulanmak istenen, aracın özyapısından kaynaklanan kendine özgü bir dili ve eğilimi olduğudur.

McLuhan; “Araç iletidir” derken, bir medyanın (araç) bizim algımızı şekillendirdiğini ve yeniden şekillendirdiğini ifade etmek istediğini söyler. Ona göre araç yalnızca iletinin taşıyıcısı rolünü üstlenmez, belki de iletiden daha fazla insanların düşünce yapılarını ve algılayışlarını değiştirir. Kitap, radyo, televizyon ve sinemada verilen iletilerin hepsi farklı etki oluşturur. Örneğin insanlar yazılı kültürün etkisiyle, televizyonda verilen iletiyi kitapta verilen iletiye göre daha kolay unutabilmektedir.

McLuhan’a göre, bizim araçlara alışılagelen yanıtımız, araçların nasıl kullanıldığının önemli olduğu, teknolojik mankafanın uyuşuk tutumudur. Çünkü bir aracın içeriği hırsız tarafından beynin, bekçi köpeğinin dikkatini başka yere çekmek için taşıdığı yağlı bir et parçasıdır. Araç etkisi güçlü ve yoğundur, çünkü bir başka araca içerik olarak verilir. Sinemanın içeriği roman, oyun ya da operadır. Sinemada biçimin etkisi program içeriğiyle ilişkili değildir. McLuhan 1967 yılında yazdığı “Araç İletidir” kitabında aracın toplum ve bilgi üzerinde içeriğinden daha etkili olduğunu savunur. Ona göre araç iletişimin anlamını saptar ve hiçbir iletişim aracı ya da kanalı yansız değildir.[1]

[1] Marshall McLuhan vd., *Kadife Karanlık: 21.yy İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*, haz. Nurdoğan Rigel, Gül Batuş, Güleda Yücedoğan, Barış Çoban. (İstanbul: Su Yayınları, 2003) 15

Haberin "gerçeklik" ve "nesnellik" kavramlarına olan uzaklığının farkedilmesiyle birlikte, eleştirel kuramcılar (özellikle Franfurt Okulu) liberal-çoğulcu düşüncenin dayattığı; her türlü bilgi araştırmasının kayıtsız koşulsuz olgulara ya da gerçeklere dayandırılması gereğini savunan olgusalcı (pozitivist) yaklaşıma karşı çıkarak; gerçeğin göreceli olduğunu, her toplumun belirli dönemlerine egemen olan bir 'gerçekçilik' anlayışının varlığını savunmakta gecikmediler. Kitle iletişim süreci; toplumsal ve ekonomik yapı, ruhbilim ve dilbilim gibi insani bilimlerle birlikte ele alındı. Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin öncülüğünde 1970 sonrası yapılan çalışmalarda ise yapısalcı Marksist bakış açısı dilbilimsel gelişmelerin ışığında irdelenerek; 'ideoloji', 'dil' ve 'özne' sorunu bütüncül bir yaklaşımla yeniden tanımlanmıştır. Televizyon haberlerinin içeriğini bir söylem olarak alımlayan çalışmalar da haberin tarafsız olamayacağını ortaya koymaya çalışmıştır.

2.3. Nicel Yöntembilimlere Dayalı Medya Araştırmaları Geleneği

İletişim araştırmalarında genelde iki temel 'okul' bulunmaktadır. Birinci okul (tutucu) iletişimi, "iletilerin aktarılması, gönderilmesi, yayımlanması" olarak görür. İletiyi göndericilerin nasıl düzgüledikleri (kodlama), düzgüyü nasıl çözümledikleri ve göndericilerin iletişim araçlarını nasıl kullandıkları üzerinde durur. Bu okulda, üzerinde durulan nokta, etkililik ve doğruluk olmuştur. "İletişim, bir tarafın, öteki tarafın davranışını istenen yönde etkileme ya da değiştirme sürecidir. İletişim, iletiler yoluyla olan toplumsal ilişkidir. Bu ilişkide, kişiler birbirlerinin düşüncelerini, duygularını, davranışlarını etkileyen iletiler alıp verirler." (Erdoğan, Alemdar, 1990). Bu ilk okul "İçerik Çözümlemesi" nicel tekniğini kullanarak 'görünen' anlam üzerinde yoğunlaşan pozitivist eğilimdir. Bu yaklaşım "araççı dil anlayışı"nı benimsemekte ve dili; "anlamların taşıyıcısı şeffaf dil" olarak görmektedir.

İkinci okul iletişimi, "anlamların üretimi ve değişimi" olarak görür. Anlamların üretilmesinde, iletilerin ya da metinlerin, kişilerle nasıl etkileştiği konusu, bu okulun temel ilgi alanıdır. Bu okul mensupları, ileti metinlerinin

kültürler içindeki işlevleri, konuları üzerinde durur; "anlam üretme" gibi terimler kullanır ve yanlış anlamaları, iletişim sürecinin başarısızlığının mutlak bir kanıtı, olarak nitelendirmezler. Bu okula göre, yanlış anlamalar, gönderici ve alıcı arasındaki kültürel farklılıklardan kaynaklanabilir. Bu okul için, iletişim araştırması, metin ve kültür araştırmasıdır ve temel araştırma yöntemi göstergebilimdir.[1] Haberi 'söylem' olarak ele alan bu ikinci eğilim, eleştirel dilbilim ve eleştirel söylem çözümlemesi yaklaşımları ile birlikte gelişen eleştirel okuldur. Diğer bir deyişle araçcı dil anlayışına karşı çıkan, dili bir anlamlandırma süreci olarak ele alan eleştirel dilbilimciler, dilin 'şeffaf' bir özyapısı (karakteri) olmadığını vurgulayarak, dili anlamlandırma sürecininin asıl başrol oyuncusunun "özne" olduğunu belirtmişlerdir. Bu "özne" değişen, dönüşen ve sürekli yapılaşma durumunda olan bir öznedir.

2.3.1. Özgürlükçü (Liberal)Basın Anlayışı

"Eğer bir teki dışında bütün insanlar aynı düşüncede olsalar ve yalnız bir kişi karşıt düşüncede olsa, nasıl bu kişinin, elinde güç olması halinde insanları susturmaya hakkı yoksa, insanların da bu tek kişiyi susturmaya daha fazla hakları yoktur."[2]

J. S. Mill'in bu sözleri tam da liberal kuramcıların ekonomide "bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler!"ci düşünüş biçemlerinin, özgürlükçü-çoğulcu medya kuramlarında 'basın özgürlüğü'nü savunmak için kullanılan anlayışa denk düşmesidir. Kean, bireyin siyasal iktidara karşı cesurca yürüttüğü 'basın özgürlüğü' savaşında, 'iletişim medyaları'nın, içinden dünya hakkındaki bilgilerin geçtiği edilgen ve tarafsız iletkenler olarak görüldüğünü söyler. Onun belirttiği gibi, bu "herşeyi bilen özneler" inanışı, ifade ve basın özgürlüğünün liberal bireycilik ve pozitivist bilim anlayışından kaynaklanmaktadır. Liberal bireycilik anlayışı "insanın, bedeni ve ruhunun tek sahibi olması" düşüncesine dayanırken, pozitivizm, bilim adamının

---

[1] John Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş*, çev. Süleyman İrvan. (Ankara: Bilim Sanat Yayınları, 1996) 16.

[2] Joan Stuart Mill, *Özgürlük Üstüne*, çev. A. Ertan. (İstanbul: Belge Yayınları, 1985) 37

gözlenebilir olgular karşısında değer yargılarından arınmasına vurgu yapar. Liberal bireycilik anlayışı bu bakımdan Freud'un bilinç altının varlığının katkıda bulunduğu ve Lacan'ın dile girerken bilinçaltı oluşan birey anlayışından oldukça uzaktır. Böylesi bir bireycilik anlayışı, özgürlüğü yalnızca devlet tarafından kısıtlanabilecek bir alan olarak görür. Bu nedenle liberal bireycilik anlayışı 20. yüzyılda dilbilim, ruhbilim ve ideoloji kuramlarınca sorgulanmış, ussal-bütünlüklü birey anlayışının yerine değişen ve dönüşen, sürekli yapılaşma halinde olan bir "özne" anlayışı benimsenmiştir.[1]

İletişim alanında genel kabul gören görüşlerin kaynaklık ettiği liberal-çoğulcu yaklaşıma bağlı olarak geliştirilen kuramlar, toplumu, "farklı çıkar gruplarının oluşturduğu parçalardan oluşan bir bütün" olarak kavramlaştırır. Bu görüşe göre, kitle iletişim araçları, artık siyasal bağımlılık yaratan tek yapılı baskı araçları değil, tam tersine değişik görüşlerin kamuoyuna yansımasına, baskı gruplarının görüşlerinin yönetici seçkinleri etkilemesine yardımcı olan "devletin dördüncü gücü" konumundadırlar.[2]

Ancak, çoğulcu kuramlar iki önemli noktayı gözardı etme eğilimindedirler. Birincisi, kitle iletişim araçlarının tek yönlü yapısının, her tür görüşün kamuoyuna yansımasını sağlayan bir aynadan çok, kamuoyunu belirli bir yönde etkilemeye yönelik bir araç olmaya daha elverişli olduğu gerçeğidir. İkincisi ise bu savı daha da güçlendirecek biçimde, kitle iletişim araçlarında oluşan tekelleşmedir. Bu konularda eleştirilere karşı, liberal-çoğulcu kuramcılar önemli olanın kitle iletişim araçlarının mülkiyet yapısı değil iç yapılarındaki çoğulcuğun olduğu savını ileri sürmüşler ve sahiplik açısından tekelleşme eğilimleri içinde bile olsa, kitle iletişim araçlarının sahip, yönetici, yazı işleri kadroları ve muhabirleri arasındaki çelişkilerin çoğulcu bir ileti yapısı oluşturduğunu vurgulayan çalışmalara yönelmişlerdir. Böylece, tüketiciyi, izleyici etkilerini ve yapısını araştırarak yola çıkan çoğulcu kuramlar, giderek üreticiyi irdelemeye yönelmiş, ancak Benn'in çok yerinde

[1] İnal 19

[2] Girgin 33

gözlemlediği gibi iletilerin yapısını ineceleyerek, yeterli bir yöntem ve kuramsal yaklaşımla kuramlarını doğrulamak olanağı bulamamışlardır.[1]

Medyayı yansız bir araç, gazetecileri de "belli haber kaynaklarından, kitlelere bilgi taşıyan tarafsız profesyoneller" olarak gören Liberal-Çoğulcu kuram, kitle iletişim araçlarının toplumdaki her çıkar grubunun kullanımına açık olduğunu, herkesin bu araçlardan eşit olarak yararlanabileceğini savunmaktadır. Toplumun "çoğulcu" yapısının haber kaynaklarınca temsil edildiğini düşünen liberal basın anlayışı; izleyicilere gönderilen iletilerin içerikleri ile oynanmadığını, böylelikle alıcıya ulaşan her iletinin aslına uygun olduğunu savunmaktadır.

Eleştirel iletişim kuramlarının "izleyicilere ulaşan iletilerin içeriğinin, egemen sınıf çıkarlarını yansıttığı" görüşünü paylaşmayan liberal-çoğulcu kuram, iletişim etkinliğinin, izleyicilerinin de belirli oranda etkileri olduğu serbest pazar ortamında gerçekleştiğini ileri sürer. Kitleler ve onlara gönderilen iletiler arasında, her zaman bir süzgeç bulunduğunu ileri süren eleştirel yaklaşımların tersine, liberal-çoğulcu yaklaşım yandaşları; ileti içeriklerinin birbirlerinden farklı, birbirleriyle çelişir nitelikte olduklarını düşünürler. Liberal-çoğulcu yaklaşım, izleyicileri edilgen ve denetlenen bireyler olarak değil, iletişim sürecine katılan etkin bireyler olarak görür. Bu yaklaşıma göre iletilerin alıcıları, dikkatlerine sunulan birbirlerinden çok farklı içerik ve niteliğe sahip iletiler arasından, kendilerine uygun olanı seçme yetisine sahip bireylerdir.

Liberal-çoğulcu yaklaşım, "tarafsız ve çarpıtılmamış haberi", "doğru" ile eşdeğer görür ve medyanın demokrasi içinde işleyişinin en önemli önkoşulunun serbest pazar olduğunu savunur. Oysa, çeşitli uygulamalar ve süreçler sonunda görülmektedir ki, iletişim, piyasa koşullarında çok daha değişik biçimlerde işlemektedir. Günümüz iletişiminde, egemen sınıf ya da güçlerin denetimi söz konusudur. Bu çerçevede, "Asıl işi farklı bir alanda olan

---

[1] Ersan İlal, *Yığınsal İletim Araçları ve Toplum.* (İstanbul: Der Yayınları, 1997) 55

işadamının, çok da karlı olmayan gazete işine girmesi, gazeteyi, öteki işlerinde kullanmayı düşünme" olarak yorumlanmaktadır.[1]

Düşünce özgürlüğü düşüncesi liberal siyasal düşünce ile birlikte gelişen özgürlükler silsilesinin bir parçasıdır. Ortaçağ Hristiyan felsefesinin yıkılması ile birlikte bireyin öne çıkması ve öneminin vurgulanması ile birlikte gelişmiş, Locke tarafından siyasal düşüncenin içine yerleştirilmiştir. İnsanların eşit ve bağımsız olduklarına ilişkin vurgusu ile Locke, hiç kimsenin bir diğerinin yaşamına, sağlığına, özgürlüğüne ve iyeliğine zarar vermemesi gerektiğini savunmuştur. Locke, basın özgürlüğü düşüncesine giden yolu açmanın yanı sıra iletişim ve dil sorununu ele alış biçimiyle de yeni bir dil paradigmasının öncüsü sayılmaktadır. Kristeva, Saussure'un yapısalcı dilbiliminde işaret sorunun ele alınışına benzer bir yaklaşımın Locke'un yazılarında yeraldığını vurguluyarak dilbilimin gelişiminde yazarın önemine değinir. İşaret ve gönderge ikiliğini ilk vurgulayan Locke olmuştur.[2]

İnal, klasik liberalizmin kurucusu sayılan Locke'dan sonra Adam Smith'in 1776 yılında yayınladığı "The Wealth of Nations" (Ulusların Zenginliği) kitabının "bırakınız yapsınlar"cı kapitalist anlayışın temelini attığını belirtir. Locke'un "herkesin mülk edinmeye hakkı vardır" düşüncesiyle birleşen "bırakınız yapsınlar" anlayışı basın özgürülüğü kavramına giden yolu açmıştır. Faydacıların her tür sansürü, yönetilenlerin mutluluğunun en üst düzeye çıkarılmasını engelleyen bir devlet karışımı olarak gördüğünü söyleyen İnal, faydacı düşüncenin James Mill ve Bentham'ın yapıtlarında basın özgürlüğünün önemi ile örtüştüğünü açıklamaktadır: "En iyi hükümetin ve en iyi yasaların en fazla insan için en fazla mutluluk sağlayanlar olduğunu söyleyen Bentham, basın özgürlüğünün asla bir kargaşaya ve iç savaşa yol açmayacağını savunurken yönetimin açık biçimde eleştirilmesinin önemini vurguluyordu." Baskının yalnızca yöneticilerden değil "çoğunluğun tiranlığından" da gelebileceğini söyleyen J. S. Mill ise babası ve Bentham'ın

---

[1] L. Doğan Tılıç, *Utanıyorum Ama Gazeteciyim. Türkiye ve Yunanistan'da Gazetecilik.* (İstanbul: İletişim Yayınları, 1998) 23

[2] İnal 13

yaptıkları nicel "fayda" tanımına katılmayarak kanı ve düşüncelerin serbest dolaşımını nitel bir anlayışla "hakikati aramanın bir yolu" olarak gördü.[1]

"Bir düşünce yanlış da olsa, içinde 'bir dirhem hakikat' bulunabilir. Yanlış yargısı ile bu düşüncelerin susturulması, içlerinde taşınabilecek hakikatin hiç bir zaman duyulmaması ile sonuçlanır" diyen J. S. Mill'in bu düşüncesi, kamu hizmeti yayıncılığının yavaş yavaş terkedilerek yayıncılık alanının rekabetçi bir pazara dönüşmesi ile de gerçekleşmiş görünmemektedir. Çünkü günümüzde her düşüncenin özel sektörün elinde olan iletişim araçları içinde kendine yer bulması söz konusu bile değildir.

Faydacıların ve Mill'in düşünceleriyle çoğulcu düşüncenin temellerini atarken basın özgürlüğünü de çoğulculuğun ayrılmaz bir parçası durumuna getirdiklerini belirten İnal, çoğulcu liberal düşüncenin basını; yasama, yürütme ve yargının yanında dördüncü güç olarak nitelediğini vurgular. Çünkü seçim dönemleri ile sınırlanan genel ve eşit oy ilkesine dayan temsiliyet bir kere seçilen yöneticilerin seçmenlerinden kopmasına neden olmakta, basın ise burada "watch dog" (bekçi köpeği) rolü oynayarak hükümet uygulamalarını denetlemeye ve halkı olup bitenden haberdar etmeye soyunmaktadır: "Günün önemli sorunlarının ne olduğu ve ne gibi çözüm yolları olduğu konusunda halkı bilgilendirecek olan yine basındır. Baskı gruplarına dayanan çoğulcu demokrasilerde farklı çıkarların biraraya gelerek örgütlenmesinde de, baskı gruplarının seslerini duyurmasında da basın vazgeçilmez bir kanal olarak görülmüştür. Profesyonel gazetecilik normları da bu anlayış çerçevesinde oluşmuştur." [2]

Çoğulcu demokratik ideallere paralel olarak medya ve gazetecilik işi ile uğraşanlar kendilerini toplumsal gerçeğin bir sözcüsü olarak gördüler. Nasıl sosyal bilimlerle uğraşanlar doğa olaylarını bilimin yerleşik yöntemleri ile

[1] İnal 14

[2] İnal 13

inceleyip ortaya çıkarıyorlarsa gazeteler de bu yöntemlerden yararlanarak toplumsal gerçekliği tüketicilere ileteceklerdi. [1]

"Gazetecilikte 'nesnellik' anlayışının gelişimine ilişkin farklı açıklamalardan pek çoğunda vurgulanan, nesnel sunumun, akçasal yayıncılığın zorunlu bir sonucu oluşu ve sorumlu gazetecilik anlayışının bir standardı olarak gelişmediğidir.[...] Kendi ekonomik çıkarlarını First Amendment'ın arkasına gizleyen yayıncılar bununla da kalmayarak, bilimin ölçütlerini nesnel haberciliği haklılaştırmak ve meşrulaştırmak için kullanmayı başardılar.[2]

Kişisel ihtiyaç ve kaygıların temsil edilmesini sınırlamak ve seçim olanağını azaltmakla suçladıkları devletçe korunan kamusal yayın anlayışının varlığına karşı çıkan popüler basın anlayışı, kapitalist sistem içinde pazarda kendine yer edindikten sonra "yan tutmama", "tarafsız olma" gibi nesnellik ölçütlerine daha fazla önem vermeye başladı. 19.yy'ın ortalarında önem kazanan "nesnellik" ilkesi, pazar dinamikleri içinde varolmaya çalışan popüler basının seçkinlerle ve erk sahipleriyle olan kaçınılmaz bağlarını gizlemek için eşi bulunmaz bir silah görevi yapmaya başladı.

Böylece basının bir yandan gelişen pazarın bir parçası olduğunun, diğer yandan gerçekliğin kavranmasında ve aktarılmasında bilimsel yöntemleri kendisine kılavuz edindiğinin altını çizen İnal, olgucu (pozitivist) bilim anlayışının araştırmacıdan değer yargılarından arınarak gözlenebilen gerçekliğin bilgisine ulaşmasını beklediği gibi, gazeteciden de siyasal yanlılığından arınıp, olayları habere dönüştürmesini beklediğini aktarmaktadır. 20.yy'ın ilk yıllarından başlayarak "nesnellik" ilkesi ciddi ve güvenilir haberciliğin önkoşulu sayılmış, güvenilirlik ise standartlaşmayı getirmiştir. "Nesnel" haberciliğin dayandığı uzlaşımların ortaya çıktığı bu dönemde gazeteler örgütlenirken ekonomik çıkarlarını gözönünde bulundurmaya başlamışlardır. Shudson'un belirttiği gibi 19. yüzyıl boyunca "özel" kavramı, kişisel çıkar anlayışı ile bütünleşti ve ekonomik bir anlayış ile kullanıldı.

---

[1] Gaye Tuchman, *Making News: A Study in the Construction of Reality.* (US: The Free Press, 1978) 160

[2] Glasser 177

İnal’ın aktarımıyla; “20. yüzyılda ise medya ekonomik dönüşümlerden etkilendi ve merkezileşme, yoğunlaşma ve tekeller bir önceki yüzyılın özel girişim anlayışının bir uzantısı oldu. Kamusal bilginin parçalı hale dönüşmesi, diğer yandan devlet ve tekelci sermaye arasındaki ilişkilerin anlaşılmasını engelleyerek, statükonun korunmasına hizmet eder hale geldi. Gazetelerde ekonomik haberler, politikaya ilişkin haberlerden ayrıldı ve uzmanlık gerektiren bir konuya dönüştü.” Bu aşamadan sonra habercilik uğraşı bir meslek dalı olarak, profesyonel gazetecilik ilkeleri ışığında örgütlendi. Keane “Medya ve Demokrasi” adlı kitabında, uzmanlaşmaya giden gazetecilik anlayışının, özel ellerde bulunan bir basın ve çok kanallı bir yayım sistemini, özgürlüğün kalesi ve ayrıca kültürel ayrıcalıklar ile devlet baskısı savunucularının baş belası olarak gördüğünü vurgulamaktadır. Habercilik alanında uzmanlaşmaya gidilmesi sürecinde ortaya çıkan profesyonel ilkelerin başında “nesnellik” ve “tarafsızlık” gelmektedir. Köşe yazarı dışındaki gazetecilerin haberlerinde düşüncelerini açık etmemelerini gerektiren “olay” ve “yorum” ayrımı da haber metinlerinin dilini de biçimlendiren bu ilkeler arasında yer alır. Dengeli habercilik ilkesinin ise hakkaniyet (fair) anlayışını beraberinde getirdiğini söyleyen Tuchman, “fair speech”in “free speech” ile aynı anlamda kullanıldığını vurgular:

“Gazeteciler, böyle bir anlayışı her zaman paylaşmasalar da, karşı çıkanların sayısı o kadar çok değil. Gazetecilik işininin “nasıl yapılması gerektiğine” ilişkin yazılan kitaplarda ise çoğu kez “olmazsa olmaz” kurallara yer veriliyor. Eğitim sisteminin de pekiştirdiği bu kuralcılık diğer yandan editörlerin belli ölçütlere göre gazetecileri yönlendirebilecekleri anlayışını da beraberinde getiriyor.”[1]

“Basın özgürlüğü” kavramı yalnızca devlet karışımının olmayışı olarak tanımlayan çoğulcu anlayış, Keane’e göre, basının kapitalist pazar ekonomisi içinde kâr kaygısı gütmeden ayakta kalamayacağını unutmuş görünmekteydi. Karlılık kaygısı ile örgütlenme kaçınılmaz olarak meslekte standartlaşmaya yol açtı. Keane’in belirttiği gibi “özgür basın savunucuları basının kendi

[1] İnal 16

kendini sansür etmesi olayını hesaba katmadılar", düşünce özgürlüğüne karşı tehdidin yalnızca devletten gelebileceği varsayıldı.

Göran Therborn, liberal-çoğulcu anlayışın dayandığı geleneksel kuramın temel önermelerini açıklarken alandaki genel kavramlar içinde, aralarında çoğunlukla uygun egemenlik ilişkileri olan çeşit ve türler hiyerarşisi bulunduğunu belirtmektedir. Buna göre olgular tekil vakalardır, türün örnekleri ya da türleşmiş durumlarıdır. Sistemin birimleri arasında maddi hiçbir farklılık yoktur. Tekil tür sisteme eklenebilir ya da diğer değişiklikler yapılabilir, ancak bu, belirlemelerin zorunlu olarak oldukça katı olduğu anlamında kavranmaz ve nesneyle ilişkinin ya da nesnenin kendisinin değişebileceği ve böylece kendi özdeşliğini yitireceği konusunda yetersiz kalır. "Değişiklikler çoğunlukla erken bilgilenme dönemimizde dışarıda bırakılacak (şeyler) ya da nesnenin tekil kısımlarının bir diğeriyle yenilenmesi olarak ele alınır. [...] Tutarsız mantık ya da belleğin mantığı (Verstand) bile yaşayan gelişmeyi bu yolla kavrar. O, insanın değişeceğini ve buna rağmen kendisiyle özdeş kalacağını kavramayı başaramaz."[1] Horkheimer ise, geleneksel kuram ve eleştirel kuram arasındaki farklılığı açıklarken, her iki kuramın iki farklı 'düşünsel tarz'ı (Erkenntnisweisen) yaşattığını, geleneksel kuramın düşünselliğinin uzmanlaşmış bilimlerden, özellikle de doğa bilimlerinden kaynaklandığını ve yine onlara uygulandığını söylemektedir.

Liberal-çoğulcu yaklaşım, özgür bir haberleşme ortamında haberin olgusal, nesnel, dengeli ve tarafsız olabileceğini savunur. Bu çerçevede, özellikle haber üzerine yapılan çalışmaların çoğu haberdeki yanlılığı ortaya koyma ve sergilemeye çalışmaktadır. Bunun arkasında yatan ise, aslında nesnelliğin gerçekleşebileceği inancıdır. Oysa Hackett tarafından yapılan çalışma, bu türden bir çabanın, aslında yansızlığın olabilirliği ya da yanlılığın üstesinden gelinebileceği düşüncesine dayandığını ortaya koymuştur. Bu çalışmalar haberin nesnel, tarafsız, dengeli bir şekilde vermenin olanaklı olduğu temel varsayımına dayanır. Hackett, haberde dengeli olma, daha doğrusu haber anlatılarında yer alan bütün tarafların görüşlerine başvurulması

[1] H.Emre Bağçe (ed), *Frankfurt Okulu.* (Ankara: Doğubatı Yayınları, 2006) 21

gerektiği savunusunun altında izleyicinin dikkatini farklı bir yöne çekme taktiğinin yattığını belirtir. Bu taktik, izleyicinin konunun neden böyle tanımlandığını ve neden bürokratik kişilerin belirli terimler çerçevesinde tartışıldığı gibi sorular sormasını engellemektedir.

Dijk bu konuya ilişkin olarak, seçkin ya da erk sahibi toplulukların olumsuz etkinlik ya da davranış biçimlerinin örtülü kalmasının, haber dilinde tümcelerin edilgin yüklem yapısıyla kurulması yoluyla sağlandığını söylemektedir.[1] Örneğin *"Temmuz ayı enflasyon oranı beklenenin üzerinde gerçekleşti"*, *"Bütçe ekimde 2,4 milyar YTL açık verdi"* [2] ya da *"Harcamalar dengeyi bozdu, bütçe açık verdi"*[3] gibi haber tümceleri edilgen yapıdadır. Dengeyi bozan harcamaların kimler tarafından yapıldığı, bütçenin neden açık verdiği gibi bilgileri edinemediğimiz bu tür tümcelerde siyasal erkin başarısızlıklarının açıkça sergilenmemesine çaba gösterilir.

ABD'de gelişen bilimselci ve nicel medya araştırmaları geleneği, gazeteciyi "yorumdan arınarak olaya ilişkin rapor yazan kişi" olarak tanımlamış, dolayısıyla kitle iletişim araçlarını da toplumsal, kültürel ve ekonomik yapıdan yalıtarak ele almıştır. Bağımsız medyayı çoğulculuğun sigortası olarak gördüğü ve bu görüşün geçersiz kılınacağını düşündüğü için, medyanın iktidar sahibi kişi ve kurumlara bağlı konumunu sorgulamaya açmaktan kaçınmıştır.

---

[1] Teun A. Van Dijk, *News as Discourse.* (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1988b) 177

[2] *Sabah Gazetesi,* 13 Kasım 2006, http://arsiv.sabah.com.tr/2006/11/13/eko94.html

[3] *Haber.com,* 27 Temmuz 2007, http://www.haberler.com/harcamalar-dengeyi-bozdu-butce-acik-verdi-haberi/

2.4. Nitel Yöntembilimlere Dayalı Medya Araştırmaları

Avrupa'da 1900'lü yıllardan başlayarak bilimsel nesnellik nosyonu sorgulanmaya başlamış, iletişim kuramcıları tarafından davranışçı, olgucu (pozitivist) nicel yöntembilimlere uzak duran bir anlayış sergilenmiştir. Kitle iletişim süreci, toplumsal ve ekonomik yapı, bireyin psikolojik yapısı ve dil gibi farklı disiplinlerden kopuk olarak algılanmamış, aksine dilbilim, felsefe, ruhbilim gibi insani bilimleri sosyal bilimlerle harmanlama yoluna gidilmiştir. Avrupa'da gelişen iletişim çalışmalarının önde gelen kuramcıları gerçeğin göreceli olduğunu, her toplumun belirli dönemlerine egemen olan bir "gerçekçilik" anlayışının varlığını benimseyerek "insanın özgürleşimci eylemi" üzerinde dururken, mutlak bir gerçek üzerinde uzlaşmak yerine, gerçeğin 'ussal bir toplum yönündeki toplumsal değişmelere katkıda bulunan bir şey' sayılmasının gerektiğini vurguladılar." [1]

Bennet önde gelen kamusal kişilerin ABD popüler basını tarafından sunumuna ilişkin bir çalışmada, Marcuse'un basında kullanılan dilin, kişi ve işlevin "otoriter bir tanımına" yönelik olduğunu ve sonuçta kavramsal düşünceyi engelleyen, işlevsel, "özet ve homojen bir dil" in ortaya çıktığını iddia ettiğini belirtir.

Marcuse gazetelerin aşırı somutlayıcı diline karşı çıkarak; bu dilin kavramların gelişip dışavurulmasını engelleyen bir nitelik taşıdığını, ayrıntı bolluğu ve doğrudanlığı ile düşünmeyi engelediğini söylemektedir.[2]

Marksist kuramlar, Franfurt Okulu çevresi, İngiliz Kültürel Çalışmalar merkezi'nin yaptığı çalışmalar, bilgibilimsel (epistemolojik) yaklaşım ve olgucu (pozitivist) geleneğe karşı çıkan eleştirel kuramlar arasında yer alır. Yapısalcı dil anlayışı da mutlak bir nesnellik anlayışına karşı çıkmaktadır.

---

[1] Martin Jay, *Diyalektik İmgelem: Frankfurt Okulu ve Sosyal Araştırmalar Enstitüsü Tarihi 1823-1950*, çev. Ü.Oskay (İstanbul: Ara Yayınları, 1989) 99

[2] Tony Bennet, "Theories of media, theories of society", ed. M.Gurevitch, T. Bennett, J.Curran, J. Wollacott , *Culture, Society and the Media*. (NY: Methuen, 1982) 44

Çalışmamızın bu bölümünde eleştirel yaklaşımları dilbilim ve yapısalcılık vurguları içinde irdeleyeceğiz.

Kültürel çalışmaların farklı disiplinlerden gelen kuram ve kavramları kaynaştırma amacı ile Birmigham'da kurulan Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi, 1970 ve 80'lerde gerçekleştirdiği çalışmalarda yapısalcı Marksist bakış açısını, dilbilimsel gelişmelerin ışığında tekrar ele alarak ideoloji, dil ve özne sorununu dinamik ve bütüncül bir yaklaşımla yeniden tanımlamıştır. Merkezin iletişim çalışmaları açısından asıl önemi, alımlama sorununu tartışmaya açmasından ve iletişim araçlarında yer alan farklı türlerin okunma biçimlerini, düzgüleme/metin/düzgüaçımlama modeli içinde sorgulamasından kaynaklanmaktadır. Kültürel çalışmalar farklı okuma biçimleri üzerinde düşünmemiz gerektiğini ve metnin söylemi ile okunma biçimi arasında birebir bir örtüşme olmadığını, bu açıdan alımlama çözümlemelerinin gereğini vurgulamaktadır.[1] Eleştirel kuram, kitle iletişim araçlarının yönlendirmesi sonucu izleyicilerin, egemen modaya, değerlere ve davranışlara uyma eğilimi gösterdiklerini savunmaktadır.

Dilbilimsel bakış açısı, haber metin çözümlemelerine nitel yöntembilimsel yaklaşımı taşımıştır. 1940'lardan bu yana, metin çözümlemesi denince akla gelen niceliksel içerik çözümlemelerinin yerine, niteliksel içerik çözümlemeleri geçmiş ve bunu söylem çözümlemeleri izlemiştir. Yorumsamaya dayanan yöntembilim, toplumbilim araştırmaları için çok yeni değilse de, yorumun, dilbilimsel kuramlara dayanması yine post yapısalcı anlayışın bir sonucudur.[2]

2.4.1. Marksist Medya Kuramları

Marksist kuramlar, kitle iletişim araçlarının toplumdaki ideolojik-kültürel işlevlerine bakışlarındaki eleştirel noktalarda buluşurlar. Bu eleştirilerde en önemli sorun, siyasal ve hukuki ilişkilerle birlikte üstyapıyı

---

[1] İnal 43

[2] İnal 190

oluşturduğunu söylediği ideolojik yapının, üretim ilişkilerinin oluşturduğu altyapıyla koşut olduğunu söyleyen Marks'ın bu konuda daha açık kuramlar getirmemiş olmasıdır.[1] Böylelikle Marks'ın ünlü "insanların yaşamını belirleyen onların bilinci değildir, tam tersine, bilinçlerini belirleyen onların toplumsal yaşamıdır" savıyla yola çıkan, toplumsal yapı ile kitle iletişim araçlarının ekonomik yapıları ve toplumun ideolojik-kültürel yapısını biçimlendirmede etkileri olan kitle iletişim ürünlerini, özellikle biçim ve içerikleri arasındaki ilişkileri inceleyen araştırma yöntemlerinde ayrılıklar çıkmaktadır. Kitle iletişim ürünlerinin yalnızca ekonomik bir ürün olarak değerlendiren bir görüşe göre, ekonomik ilişkilere dayalı temel, ideolojik kültürel yapıyı kesin olarak biçimlendirmektedir. "Buna karşılık bazı düşünürler, ideolojik-kültürel yapının özerkliğinin bulunduğunu, ekonomik altyapıyla ilişkinin bir kesin belirlenme değil, yalnızca koşutluk olduğunu ileri sürmektedirler. Bu iletim ürünlerinin özellikle kültürel içeriğine ekonomik yapıyı aşan anlamlar kazandırabilmektedir. Böylece, toplumcu ekonomik yapılarda görülen burjuva kültür ürünleri, ya da kapitalist batı toplumunda görülen düzen eleştirileri dolu iletim ürünlerini de açıklamak olanağı elde edilmektedir."[2]

Kitle iletişim araçlarının ideolojik yapısının kökenlerini ve toplumsal yapıyla ilişkilerini irdeleyen kuramların tartışmalı kaldığı böyle bir ortamda Althusser'e kulak vermek gerekir. Ona göre, özneler metinleri değil, metinler özneleri oluşturur. Althusser, kitle iletişim araçlarını Gramsci'ye dayanarak geliştirdiği 'devletin ideolojik aygıtları' (DİA) anlayışı içinde değerlendirir. DİA'nda yeniden üretim, ideoloji aracılığı ile gerçekleşmektedir.[3] Ona göre bu aygıtlar; kitle iletişim araçları, aile, okul, kilise gibi toplumun ideolojik yapısını biçimlendiren kurumlardan oluşmaktadır. Bu kurumlar aynı zamanda

---

[1] Timothy Bottomore, Maximilien Rubel (eds), Selected *Writings in Sociology and Social Philosophy.* (London: Penguin, 1976) 39

[2] İlal 61

[3] Stuart Hall. "İdeoloji ve İletişim Kuramı", der. Süleyman İrvan, *Medya Kültür Siyaset*. (Ankara: Ark Yayınevi, 1996) 332

toplum içindeki ekonomik ilişkilerin yeniden üretilmesini belirlemekten de sorumludur.

Poulantzas bu konuya ek olarak, kapitalist üretimde ekonomik üretim süreçlerinin yalnızca üretim güçlerinin yerlerini belirlediğini, bu yerlerde işlev sürdürecek bireylerin düzenin yeniden üretilmesindeki haklılığa inançlarını ise ideolojinin ve onları yayan araçların sağladığını söylemektedir. İdeolojinin bu araçlar yardımıyla düzene haklılık kazandırdığını savunan bu düşünce ise uygulama alanında görülen bağımsız kültürel-ideolojik olguları yadsıdığı ve bütün süreci ekonomik boyuta indirgediği için eksik kalmaktadır.[1]

Bu zorlukları aşmayı amaçlayan Gramsci ise, ideolojiye daha esnek ve daha etken bir anlam vermekte; özellikle hegemonya kavramıyla, toplumda egemen ideolojiye, karşı çıkışları uzun sürede dengeleyen, esnek ve kültürel gecikmeleri açıklayıcı bir yapı kazandırmaktadır. Böylece, Frankfurt Okulu’nun kitle iletişim araçları konusundaki karamsar yaklaşımının dışına taşan Marksçı kuramlar, değişen toplumsal yapılarda bu araçların olumlu, bilinçlendirici işlevler kazanabileceğini kabul ederlerken, eleştirisel yaklaşımlarıyla da kitle iletişim ürünlerinin biçim ve içerik yapılarının incelenmesinde yapısal ve göstergebilimsel yaklaşımları ve kitle iletişim araçlarındaki tekelleşen ekonomik yapının bu ürünler üzerindeki etkilerini inceleyen değişik yaklaşımları büyük ölçüde etkilemektedirler. [2]

2.4.2. Eleştirel Medya Kuramları

Gazeteciyi “yorumdan arınarak olaya ilişkin rapor yazan kişi” olarak tanımlayan ABD geleneği, kültürü ise “görgül olaylar dizgesinin ortaya çıkarılması” olarak görmektedir.[3] Gazetecinin bağlı olduğu bilimsel “nesnellik” nosyonu, gerek üniversitede gerekse basında çalışan sembolik seçkinler için aynı tanım içinde düşünülmektedir. Murdock haber metinlerinin

---

[1] Nicos Poulantzas, *Classes in Contemporary Capitalism.* (London: New Left Books, 1975) 27

[2] İlal 60

[3] Hanno Hardt, “The return of the ‘critical’ and the challenge of radikal dissent” *Critical Theory, Cultural Studies and American Communication Research.* (Communication Yearbook 12: 1989) 588

kapitalist ekonominin dinamikleri içinde oluşarak medya sahiplerinin çıkarlarını yansıtmasının yanısıra, alana egemen olan ve üretimi yönlendiren gazetecilerin profesyonel ideolojileri ile de belirlendiğini söyler. ABD'de iletişim sorunu, yeni gelişen teknolojilerin yaygınlaşması sonucu ortaya çıkan "kitle iletişim araçları"nın tanımı çerçevesinde ele alınır. [1]

20.yy'ın başından itibaren Avrupa'da bilimsel nesnellik sorgulanmış, gerçekliğin farklı dönemlerde farklı algılandığı düşüncesi egemen olmuştur. Hall, Avrupa'nın iletişim konusudaki yaklaşımını "tarihsel, felsefi bakımdan kapsamlı ve spekülatif" olarak değerlendirmiştir.[2] Almanya, Fransa ve İngiltere gibi Avrupa ülkelerinde gelişen iletişim ve medya kuramlarına koşut olarak, davranışçı, pozitivist nicel yöntembilimlere bilinçli bir uzaklık varolmuştur.

"Kitle iletişim araçları" tanımlamaları yerine daha genel bir "iletişim" sorunsalı çevresinde gelişen Avrupa medya çalışmaları içinde, kitle iletişim süreci toplumsal ve ekonomik yapıdan, 'dil'den ve bireyin ruhsal yapısından ayrı tutulmaksızın ele alınmıştır. Dilbilim, ruhbilim, felsefe gibi farklı disiplinlere ait kuramların buluştukları bir alan olarak değerlendirilen iletişim anlayışı kendine Almanya'da "Franfurt Okulu", Fransa'da yapısalcı ve post yapısalcıların, İngiltere'de ise kültürel çalışmaların yaklaşımları içinde yer bulmuştur.

Horkheimer'e göre, Geleneksel Kuram ve Eleştirel Kuram arasındaki farklılık her ikisinin de iki farklı "düşünsel tarzı"ı türleştirmelerindedir. Geleneksel kuramın düşünsel tarzı uzmanlaşmış bilimlerden özellikle de doğa bilimlerinden kaynaklanır ve yine onlara uygulanır.

Eleştirel Kuram, insanın tarihin öznesi ya da yaratıcısı olduğu görüşünden hareket eder. "Toplumun Eleştirel Kuramı, tam aksine, kendi

---

[1] Graham Murdack, "Class, power and the press: Problems of conceptualization and evidence." Ed. H. Christon, *The Sociology of Journalism and the Press.* (GB: J.H. Brookers (printers) Ltd, 1980)

[2] Stuart Hall, "İdeolojinin yeniden keşfi: Medya çalışmalarında baskı altında tutulanın geri dönüşü." Çev. Mehmet Küçük, *Medya İktidar, İdeoloji.* (Ankara: Ark Yayınevi, 1994) 60

konusu olan insanları kendilerinin tüm tarihsel yaşam biçimlerinin üreticisi olarak görür". "Kendi kategorilerinin oluşumunda ve kendi sürecinin tüm aşamalarında, eleştirel kuram hayli bilinçli bir şekilde açığa çıkarmak ve haklılaştırmak için işe koyulduğu insan etkinliklerinin akılcı örgütlenmesine yönelik bir amacı takip eder. Çünkü o yalnızca varolan yaşam biçimlerince emredilen amaçlarla değil, fakat insanlarla ve onların her türlü yetenekleriyle ilgilidir. [1]

Göran Therborn, eleştirel ve geleneksel kuram arasındaki farklılığın bilgibilimsel bakış açısıyla ele alındığında klasik felsefe ve modern bilim arasındaki farklılığa dönüştüğünü belirtir ve Eleştirel Kuram'ın bilgibilimsel temelini metafiziksel bir hümanizmde bulur.

2.4.2.1. Frankfurt Okulu

"Frankfurt Okulu" ya da resmi adıyla Frankfurt Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü, 1923 yılında Frankfurt Üniversitesi'ndeki bir grup entelektüel/akademisyen tarafından kurulmuştur. Marksizm'deki farklı eğilimleri bir araya getirmek amacıyla 1922 yılında düzenlenen sempozyum sırasında, ele alınan konuları sistematik bir biçimde incelemek amacıyla bir enstitü kurma fikri ortaya çıkmıştır.

1923-1970 yılları arasında Frankfurt Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü'nün tarihinde hem Enstitü'nün hem de üyelerinin ilgi alanlarında farklılaşmalar olması nedeniyle Frankfurt Okulu tarihi farklı dönemlere ayrılmaktadır. Bağçe'nin aktardığına göre Frankfurt Okulu'nun, Carl Grünberg'in yönetimi altında, kurulduğu ilk dönemlerdeki amacı; disiplinlerarası incelemelerle birlikte işçi hareketi üzerine toplumsal ve tarihsel araştırmalar yapmaktır. "Bu nedenle Frankfurt Okulu, Marks'ın düşüncelerini gözden geçirmeyi, yeniden yorumlamayı ve kendilerini kapitalizm eleştirisine adayan muhalif Marksistleri bir araya toplamayı hedeflemekteydi, çünkü özellikle I. Dünya Savaşı sonrasında Batı Avrupa'da işçi sınıfı hareketlerinin

[1] Bağçe 22

başarısızlığa uğraması Marks'ın çok ilgilenmediği toplumsal koşulları yeniden ele alma ve açıklama gereksinimini doğurmuştu."[1]

Horkheimer'ın yönetiminde en parlak ve kurumsal dönemini yaşayan Enstitü'nün çalışma sahasında özellikle kapitalist toplumun gelişiminin kültürel boyutları üzerine yoğun çalışmalar yapılmaya ve akılcılık üzerinde durulmaya başlanmıştır. Frankfurt Okulu'nun biçimlenmesinde en etkili isimler Horkheimer ile birlikte Okul'un 1960'larda siyasal eylemlere destek veren tek üyesi olarak dikkat çeken Herbert Marcuse; edebiyat, sanat ve kitle kültürü çalışmaları ilgiyle karşılanan Theodor Adorno ve Walter Benjamin'dir.

Frankfurt Üniversitesi Ruhbilimi Enstitüsü'nden bir grup ruhbilimcinin 1931-1932 yıllarında Frankfurt Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü'yle ortak çalışmalar yapmaya başlamasıyla Okul'un tarihinde önemli aşamalardan biri gerçekleşmiş olur. Franz Borkenau, Erich Fromm, Wilhelm Reich gibi isimlerin yer aldığı bu dönemden sonra Frankfurt Okulu çalışmalarında esas olarak Hegelci Marksizmi ve Freud'un ruhbilimini bireştiren (sentezleyen) birçok girişim gözlenmiş; kapitalizm ve cinsel özgürlük konuları üzerinde özellikle durulmuştur.

Frankfurt Okulu'nun ve Eleştirel Kuram'ın 1930'lu yıllardaki ikinci uğrağı ekonomik, teknolojik ve kültürel açıdan ileri bir ülke olan Almanya'da Nazizm'in yükselmesiydi. 1936 yılında Enstitü'ye katılan Franz Neumann özellikle Enstitü'nün faşizm ve Alman Nasyonal sosyalizm çözümlemesinin ve eleştirisinin gelişiminde belirleyici olmuştu; Enstitü faşizmin yükselişi karşısında Marks'ın gözardı ettiği toplumsal koşulları yeniden ele alma ve açıklama gereksinimi hissetmişti. Bu nedenle, Frankfurt Okulu üyeleri Marks'ın bıraktığı boşlukları doldurmak için diğer okullara ve düşünürlere yöneldiler. Özelikle Max Weber ve Freud'dan geniş ölçüde yararlanıldı. Frankfurt Okulu'nun, kuramın eleştirel boyutunu vurgulaması gerçeklik tartışmalarına yeniden dönmelerine yol açtı; yadsıma ve çelişkilere yoğunlaşmaları Kant'ın eleştirel felsefesine ve onun Alman idealizmindeki

[1] Bağçe 8

takipçilerine, esas olarak da Hegel'e dönmelerine neden oldu.[1] Böylece pozitivizmin, kaba materyalizmin ve görüngübilimin sınırları aşılmaya çalışıldı. Marks'ın 1930'larda ilk defa yayımlanan Ekonomik-Felsefi Elyazmaları ortodoks Marksist anlayışa karşı özellikle eleştirel Marksizmi savunmalarında Frankfurt Okulu'na ciddi bir destek sağladı.

Frankfurt Okulu'nun başat tartışmalarından biri kuramın niteliği üzerine yoğunlaştı ve geleneksel pozitivist anlayışa karşı eleştirel kuram kavramını geliştirdiler. Horkheimer'in "Geleneksel ve Eleştirel Kuram" başlıklı makalesi, Frankfurt Okulu'nun eleştirel kuram formülasyonunu ortaya koydu ve ilerleyen yıllarda kuramla ilgili tartışmalar derinleşerek sürdü. Eleştirel kuram terimi birkaç amaca hizmet ediyordu; öncelikle eleştirel nitelemesinin kullanılması Frankfurt Okulu'na siyasal açıdan "Marksist" etiketinden korunma olanağı sağladı. Bunun dışında, özellikle eleştirel terimi aracılığıyla kuramın genelde pozitivist ya da geleneksel bilimsel düşüncenin dışında giderek onun karşısında bir işlevinin olduğu vurgulanmaya çalışıldı. Frankfurt Okulu böylece "eleştirinin" belli bir siyasal düşünüme işaret ettiği Kant'ın "eleştirel felsefesi"ne ve böylece eleştiri ile ahlaksal özerklik arasındaki bağlantıya vurgu yaptı. Eleştirel kuram dogmatik pozitivizme, bilimcilik ve dogmatik bilimsel sosyalizme karşı eleştirel yaklaşım yoluyla kendi içinde bir amaç olarak görülen özneye işaret etti; özneye hak ettiği değeri yeniden kazandırmayı amaçladı. Böylece, Marksizmi bir tür pozitif bilim olarak kavrayan ortodoks sol ve sosyal demokratlara karşı Karl Marks'ın kuram ve devrimci eylem arasındaki birliği amaçladığı öne sürüldü. Bu tartışmaların etkisiyle örneğin Jürgen Habermas, 1960'larda epistemolojik tartışmaları yeni bir düzeye taşıdı; eleştirel bilgiyi, doğayı denetlemeyi ve değiştirmeyi amaçlayan doğa bilimlerinden ve esas olarak da anlamayı merkeze alan insani-toplumsal bilimlerden ayrıştırdı ve kendi üzerine düşünüm ve özgürleşimi amaçlayan yeni bir bilgi kategorisi geliştirdi. Böylece Frankfurt Okulu kendi ideoloji çözümlemesinde pozitivizm, görüngübilim, varoluşçuluk, pragmatizm ve Marksizm'in doğrudan ya da kimi zaman dolaylı bir eleştirisine girişti;

[1] Bağce 9

diyalektiği somut bir yöntem olarak formüle etmeye çalıştı. Materyalizm ve idealizm üzerine yapılan tartışmaları yeniden ele aldı.[1]

Avrupa'da faşizmin yükselişinden sonra birlikte kişilik, aile ve otorite yapıları ile estetik ve kitle kültürünü irdeleyen Franfurt Okulu, kapitalizmin ve ideolojisinin eleştirel ve devrimci bilinci yok ettiği tezini savunmuş ve toplumsal baskının kendini nasıl yeniden ürettiği ya da sürdürdüğünü açıklanmaya çalışmıştır.

Adorno ve Horkheimer tarafından II Dünya Savaşı yıllarında yazılan ve 1947'de yayımlanan "Aydınlanmanın Diyalektiği" ile birlikte birlikte Okul'un vurgusu kapitalizm eleştirisinden Batı uygarlığı eleştirisine doğru kaymaya başlamıştır. Bu çalışmada, aklın doğadan özgürleşimini vurgulayan modern Aydınlanma ve ilerleme düşüncesinin ve pratiğinin dünyayı, insanı, doğayı bir nesneler dizisine ve baskının aygıtları olan bir alana dönüştürdüğü tartışılmıştır. Araçsal rasyonelliğin yükselişi Frankfurt Okulu düşünürlerine göre hiçbir biçimde gerçek özgürlüğü artırmamış, tam tersine köle-efendi ilişkisindeki diyalektikten dolayı insanın doğa üzerindeki efendiliği giderek insanın doğayla bağlantısını yitirmesine ve toplumsal ve özneler arası ilişkileri de yöneten doğal nesnelliğin buyrukları tarafından köleleştirilmesiyle sonuçlanmıştır. Adorno ve Horkheimer, aydınlanmacı aklın karşılaştığı krizin çözümü olarak aklın terk edilmesini ve özellikle düşüncenin mistik görüşlere sürüklenmesini önermemişlerdir. Rasyonelliğin bir türü, yani araçsal rasyonellik baskıya yol açmıştı, o halde Weber'in etkisi altında derinlemesine araçsal rasyonelliğin eleştirisini yaparak bir çıkış yolu bulmaya çalışılmalıydı. Bu doğrultuda, diyalektiğin kendisinin de başlı başına bir çözüm üretmediği, tam aksine olumlayıcı bir diyalektiğin bu baskıya hizmet ettiği ileri sürülmüştür. Dolayısıyla, savaş sonrası dönemde Frankfurt Okulu'nun merkezı kavramlarından biri olan, Adorno'nun bir yapıtının da başlığını oluşturan "negatif diyalektik" düşüncesini geliştirmişlerdir. [2]

---

[1] Bağçe 10

[2] Bağçe 11

Kuruluş döneminde Marksist kurama kuşkuyla yaklaşan, sonraki yıllarda Marksizm'den ayrılan Frankfurt Okulu, özellikle Marcuse aracılığıyla Yeni-Sol'un ortaya çıkışının önünü açmıştır. Medya-siyaset, iletişim-ideoloji, popüler kültür tartışmaları etkisini günümüzde de korumaktadır.

Akılcılık, insan-özne, demokratik sosyalizm, diyalektik yöntem yeniden ele alınarak işlenmiş ve araçsal akılcılığa karşı süreci ve iletişimi esas alan bir model geliştirilmeye çalışılmıştır. Habermas'ın incelemelerinde özerk birey ve özne eylem içindeki özne olarak ele alınmış, eylem ve süre vurgulanarak Frankfurt Okulu'nun tartışmaları bir adım ileriye taşınmıştır.

Frankfurt Okulu'nun özellikle Horkheimer ve Adorno'nun felsefi tartışmalarında fragmanlarla ilerlemeleri bir anlamda nesnellik ve tarafsızlık iddiasındaki pozitivist bilim anlayışına ve akademizme karşı ciddi bir duruş olarak değerlendirilebilir. Yazılarında sık sık benzetmelere, mecazlara başvurmaları ve özdeyişlere yer vermeleri anlaşılması güç felsefi tartışmalarını anlaşılır kılmaktadır. Horkheimer tarafından ifade edilen bir söz bugün de aynı ölçüde ufuk açıcı ve günümüzdeki birçok tartışmanın eksikliğine işaret eder. Horkheimer, faşizmi eleştiren ancak kapitalizmle faşizm arasındaki ilişkileri kurmayan ya da buna yaklaşmayan kişilere "kapitalizmi konuşmuyorsanız faşizm konusunda da sessiz kalmalısınız" uyarısında bulunmuştu. Aynı denklemi bugün birçok konuda yinelemek olası, hatta zorunludur. Kapitalizmin küreselleşme adı altında yumuşatılmaya çalışılan kasıp kavurucu evresinde, uluslararası terör, militarizm ve anti-demokratik eğilimlerin güçlenmesi arasında farklı ve zıt bağlamlarda ilişkiler kurulmaya çalışılıyor. Egemen bakış açısı uluslararası terörün neden ve sonuçlarını birlikte ele almak yerine yalnızca sonuçlarını tartışan bir yöntem ve tutum benimsiyor; 11 Eylül literatürü bunun en belirgin örneğini oluşturuyor. Sanki, uluslararası terör kendiliğinden oluyormuş gibi, idealist bir tutumla tüm dünyada iktidarlar "terör"e lanet okuyorlar ve kınıyorlar. Onu kendi başına, kendinden kaynaklanan bir bela olarak görüp ona savaş açıyorlar; ancak onun bir sonuç olduğu ve küresel düzeydeki sömürü ve eşitsizliklerle, baskıyla ilişkisinin olduğu gözlerden uzak tutuluyor. Böyle olunca da, terör, şiddet, sömürü, baskı, savaş kısır bir döngü içinde birbirini sürekli yeniden üretiyor ve sürdürüyor.

Frankfurt Okulu üyelerinin eleştirel yaklaşımları bu tür onlarca soruyu ve sorunu yeniden değerlendirmek ve bu tür ideolojik bakış açılarını aşabilmek için sağlam bir temel sunmaktadır.[1]

Kitle toplumu kuramcılarının karamsar bakış açılarını taşıyan Frankfurt Okulu içinden, Adorno, Horkheimer ve Marcuse'nin, Fromm, Benjamin gibi önemli kuramcılar yetişmiştir. Bir yandan bu kuramcıların hayalkırıklığına, ABD'de korkuya neden olan 1917 Ekim Devrimi'nin, diğer yandan Hitler'in hızla taraftar topladığı bir ortamın toplumsal çözümlemesinde Marksist kuramın eksik bıraktığı "özne" sorununu Frankfurt Okulu, Freudcu ruhbilimsel kuram yardımı ile irdelemiş, ruhbilim ve toplumbilim arasında bir köprü oluşturmuştur.

2.4.2.2. Kültürel Çalışmalar

Sosyal bilimlerde Kültürel Çalışmalar yaklaşımı köken olarak 1930'larda oluşan Frankfurt Okulu'na kadar uzanmakla birlikte, kültür temelli çözümlemeler 1980'li ve 1990'lı yıllarda artmıştır. Bu artışa yol açan etkenlerin başında toplumsal değişimde "değer" bazlı hareketlerin yer alması gelir. Ree1 sosyalizmin çöküşüyle beraber izm'ler arasındaki mücadelenin gerilemesi, cinsiyet, etnik köken, ırk, din gibi kültür ağırlıklı toplumsal taleplerin ve çatışmaların ortaya çıkmasına olanak tanımıştır. Yeni medya teknolojileri de bir yandan kültürel çeşitlilik ve özerkliğe olana diğer yandan kültür üzerindeki müdahaleleri kolaylaştırmıştır. (Kellner, 1992: 16). Kapitalizmin kendi içinde yaşadığı yapısal değişim sonucu, refah devleti anlayışının terk edilmesi; devletin çokuluslu şirketler karşısında zayıflaması; ve 1980'li yıllarda muhafazakar hükümetlerle beraber, yeni muhafazakar değerlerin canlanması kültür alanının çözümlemesini daha cazip hale getirmiştir. Eleştirel bır toplum çözümlemesinden hareket eden Kültürel Çalışmalar, toplumu, sınıf olgusunu aşan paradigmalarla incelemeye çalışmıştır.

Kültürel Çalışmalar, ortak paydası, kapitalist ekonomik düzene ve liberal siyasal sisteme yönelttikleri eleştiriler olan "eleştirel çalışmalar" içinde

[1] Bağçe 13

kabul edilmektedir. Marksist bir toplum eleştirisinden hareket eden ve yapısalcılık içinde dönüşen Kültürel Çalışmalar günümüzde tarihi reddeden ve tüm toplumsal hayatı söylemlere indirgeyen postyapısalcı bir anlayışla da çalışılmaktadır. Yapısalcılığın kültürel çalışmalar üzerinde en önemli etkisi, dil'in kültürel ve toplumsal hayatı anlamada çok önemli olduğunun altını çizmesidir. 1

Günümüzde saf bir gerçekliğin izleyici ve okuyucu tarafından tüketilen ne medya ne de yazınsal yapıtlarda yer bulamayacağı görüşü halen geçerliliğini korumaktadır. Amin Maalouf kimlik, öteki, küreselleşme gibi sorunları irdelediği "Ölümcül Kimlikler" de, kimliğin yaşam boyunca oluşan ve değişen, sorulduğunda bir çırpıda ortaya konulamayan bir olgu olduğuna değinir. Onun "farklı zamanlarda farklı yorumlar" tezi, kapitalist medya kuruluşlarının ortaya çıkışı ile eşzamanlı gelişen profesyonel gazetecilik anlayışının yerleşmesine aracılık eden pozitvist yaklaşıma karşı duran Avrupa medya araştırmaları geleneğine paralel düşer.

"İstenildiği kadar kutsal kitaplara dalınsın, meallere bakılsın, gerekçeler toplansın, daima farklı, birbiriyle çelişen yorumlar olacaktır. Aynı kitaplara dayanarak köleliği içinize sindirebilir ya da mahkum edebilir, ikonaları yüceltebilir ya da ateşe atabilirsiniz, şarabı haram kılabilir ya da hoş görebilir, demokrasiyi ya da din devletini savunabilirsiniz; bütün insan toplulukları yüzyılların akışı içinde şimdiki uygulamalarını doğru göstermişe benzeyen kutsal ayetler bulup çıkarmayı bilmişlerdir. İncil'i benimseyen Hristiyan ya da Yahudi toplumlarının, 'asla öldürmeyeceksin'in idam cezalarına da uygulanabileceğini söylemeye başlamaları için iki ya da üç bin yıl geçmesi gerekmiştir; yüzyıl sonra bize herşeyin kendiliğinden geliştiği söylenecektir. Metin değişmiyor, değişen bizim bakış açımız. Ancak bu metin dünyadaki gerçeklikler üzerinde ancak bizim bakışımız aracılığıyla etkili

---

[1]Jorge Larrain, *Ideology and Culturel Identirity, Modernity and the Thirdld World Presence*, (London: Polity Press, 1994) 59

olabiliyor. Bu bakış her çağda bazı cümleler üzerinde duruyor ve diğerlerini görmeden atlıyor.[1]

2.5. Ruhbilim, Yapısalcı Dilbilim Ve Marksist "Özne" Sorunsalı

Çalışmamızın başında, 20.yy'da liberal bireycilik anlayışının dilbilim, ruhbilimi ve ideoloji kuramlarınca sorgulandığını, ussal-bütünlüklü birey anlayışının yerine, değişen ve dönüşen, sürekli yapılaşma halinde olan bir "özne" anlayışının benimsendiğini belirtmiştik.

"Belirlenebilecek bir anlam taşıyan olgular ve gerçekler dünyası ile bu olgulara (potansiyel olarak) rasyonel bir biçimde tepki gösterebilecek bireylerin varlığını otomatik olarak kabul etmekle yanılgıya düşülüyordu. 'Bilgi'nin kendisinin simgesel olarak yapılandığı, 'kod'larının birey yurttaşlar tarafından sürekli olarak yorumlandığı ve bu yurttaşların da aynı kodlar tarafından biçimlendiği kavranamıyordu. Başka bir deyişle, özgür basının o dönemdeki savunucuları bireylerin herşeyi bilen özneler değil, 'konumlandırılmış yorumcular' olduklarını anlayamamışlardı."[2]

Bilinçdışının bilimi olarak ruhbilimi, insani öznelliğin çözümü, kendiliğin temel koşullarının anlaşılması bakımından yaşamsal bir önem taşır. Ruhbilimi sayesinde; "akılcı, bilinçli, sabit, özerk insan özne" kavramının yardımıyla asla bilgisini anlayamayacağımız modern dünyanın onca belirtisini bilinçdışı tutkular, arzunun dinamikleri bağlamına yerleştirerek anlamlı kılmak giderek daha çok olanaklı olacak. İnsani öznelliğin kuruluşunu ve dünyasını anlayabildiğimiz ölçüde kültürün, politikanın, tarihin yapılarını da daha yakından ve derinden kavrayacak, üstelik o yapıların bilinçdışı arzu ve tutkuların üzerine düşürdükleri kayıtlara daha çok aşina olacağız.[3]

---

[1] Amin Maalouf, *Ölümcül Kimlikler.* (İstanbul: YKY, Temmuz 9. Baskı, 2001) 44

[2] J. Keane, *Medya ve Demokrasi*, çev. H.Şahin. (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1992) 49

[3] Erdoğan Özmen, *Psikanalizin Serüveni ve Çağrısı.* (İstanbul: İletişim Yayınları, 2003) 193

Frankfurt Okulu düşünürleri, II. Dünya Savaşı sonrasında baskı düzenekleri ve biçimlerinin değiştiği görüşünü ve diyalektiği radikal bir olumsuzluk yönteminin içine yerleştirmeyi benimsemişlerdir. Marcuse, kapitalizmdeki emek sürecindeki yapısal değişikliklere vurgu yapar ve bilimsel yöntembilimin içsel niteliklerini yeniden ele alır. Adorno'nun Negatıf Diyalektik eseri usun bütünselleşmesini eleştirmektedir. Düşüncenin kendi dışındaki her şeyi baskının bir parçası haline getirmesinden kaçınmak için negatif boyut, eleştirel boyutta öne sürülmüştür. Eleştiri eleştirdiği şeyin yerine yeni bir şey önermeyi reddettiği için, her türlü özdeşlik düşüncesine karşı farklılaşma ve farklılıkların korunması vurgusu öne çıkmıştır. Eleştirel kuram bu konuda çıkış yolu olarak yalnızca bireyi (özne) önermektedir.

2.5.1. Bachtin: Toplumsal Yapı İçinde Dilin Katmanlaşması

Ne kadar toplumsal katman varsa dil de o kadar katmanlı ve işaret tek vurgulu olmaktan çıkıp çok vurgulu olmaktadır. ABD'de siyahlar, bayazların ırkçı hegemonyasına karşı verdikleri savaşta, kendi söylemlerinde siyah sözcüğünün vurgusunu değiştirmişler ve "siyah güzeldir" anlayışının benimsenmesini sağlamaya çalışmışlardır. [1]

"Bireyin bilinci toplumsal ve ideolojik bir olgudur" diyen Volosinov, düşüncenin dilden ayrılamayacağını ve dilin özdeksel (maddesel) yapısını vurgulamaktadır. İşaretin yansıttığı (reflected) varoluşun (existence) yansıtma anında kırıldığını (refracted) belirten Volosinov, bu kırılmayı farklı topumsal çıkarların varlığına bağlar. Aynı dilsel topluluk, içinde birçok farklı toplumsal çıkarı barındırır. Böylece dile ait işaretler savaşım alanı yaratır. Yönetici sınıf, çok vurgulu işaretleri tekvurgulu yapmaya çalışır. (Volosinov, 1973)

Örneğin Eski Yunan'da, varlıkların en doğru adlarının Yunanca olduğuna inanılırmış. Bir kavramın doğru adının yalnızca belli sesletimlerden oluştuğunu, başka ifadelerin yanlış olacağını savunan pek çok toplum olmuş geçmişte.[2]

---

[1] Hall 15

[2] Fatma E.-Akerson, Göstergebilime Giriş. (İstanbul, Multilingual Yayınları, 2005) 41

Sumner, Barthes'ın Çağdaş Söylenler'de yaptığı düzanlam yananlam ayırımının dile ilişkin bir ayrımın sonucu olduğunu belirtir. "Yananlamın esasını oluşturan ideoloji, toplumsal olarak konumlanmış kodlayıcının bir ürünüdür, herhangi bir dilin temel işaretlerini oluşturan düzanlam ise 'konuşan kitlenin' pratikleri ve 'karar alan gruplardan kaynaklanan rastlantısal ilişkiler' olarak görülür."[1] Sumner, Barthes'ın söylemi her ikisinin bir karışımı olarak tanımladığını söyler. Düzanlam saf toplumsal bir biçimken, yananlam bunun ideolojik çarpıtması ile oluşana işaret eder. Barthes daha sonra düzanlam-yananlam ayrımının geçersizliğini kabul eder.[2] Bundan sonra metnin yapısı sorun olmaktan çıkıp yapılaşması konu edilir ve mitler aracılığı ile kurulan ideoloji üzerine değil, bu ideolojinin kurulma anına odaklanılır. Barthes'a göre dünyanın kabul edilmiş doğal görünümünü temsil edebilmek için, gerçekçi metinde gösteren ve gösterilen arasında özdeşlik olması zorunludur. Bu özdeşlik metnin söylemi içinde kurulur ve okuyucu için "gerçeğin ta kendisi" olma özelliğini taşır. Barthes'ın sözünü ettiği bu sorun medya metinlerinde ve özellikle haberlerde kendini gösterir:

Pek çok çağcıl metin bir kez okunduktan sonra bir köşeye bırakılır. Bunların "okurcul" metinler olduğunu söyleyen Roland Barthes, metnin ağır bir biçimde tekrar okunmasının "gerçeklik" oyununu bozacağını belirtir. Okurcul metinlerin tam karşısında "yazarsıl" metinler vardır, bunlar her okunuşunda kendini yeniden yazan metindir. Metnin yapısı değil, metnin farklı okunuşları önemlidir. Fiske bu ayrımdan yola çıkarak televizyon metinlerinin üretimsel (yapımcıl) olduklarını öne sürmüştür.

"Yapımcıl bir metin, yazarsıl metinlerin televizüel özelliklerini okurcul metinlerin kolay erişilebilirliği ile birleştirir. Televizyon, yazarsıl avant-garde metinlerden farklı olarak, kendi söylemselliğine dikkati çekmek üzere anlaşılır

---

[1] Colin Sumner, *Reading Ideologies: An Investigation intı the Marxist Theory of Ideology and Law*. (London: Academic Press, 1979) 137

[2] Roland Barthes, *Yazı ve Yorum: Roland Barthes'dan Seçme Yazılar,* çev. T. Yücel. (İstanbul: Metis Yayınları, 1990)

olamayan bir söylem kullanarak otorün sesinin dolayımını gerektirmez. Avant-garde yazar ya da oyuncu, metnin söylemsel yapısı ile okuyucuyu sarsar ve ondan anlam ve haz üretmek üzere yeni söylemsel yeterlilikler bekler. Yapımcıl metinler ise daha önce varolan söylemsel yeterlilikler üzerine kurulur, ancak bunların kişisel çıkar için yapımcıl biçimde kullanılmasını bekler. Bu açıdan yapımcıl metinler, yazarsıl metinlerden farklı olarak popüler metinlerdir.” [1]

Barthes’a göre gerçekçi metinde gösteren ve gösterilen arasında kurulan özdeşlik, dünyanın kabul edilmiş doğal görünümünü temsil etme yeteneğinin önkoşuludur. Anlatının söylemi içinde kurulan bu özdeşlik okuyucu için ‘gerçeğin ta kendisi’dir. Metin içinde gösteren ve gösterilen özdeştir, gösterilen aşkınlaşır ve gösteren silinir saydamlaşır. Barthes, Volosinov ve Bakhtin’in de kabul etmediği katı bir düzanlam / yananlam ayrımından vazgeçerek, sorunun metnin yapısı değil yapılaşması olduğunu vurgulamıştır.[2]

2.5.2. Volosinov: Öznenin Ruhsal Yapısı ve Dil Sorunsalı

1970’ten sonra ivme kazanan eleştirel haber çözümlemelerinde, Hall, Fiske, Murdock, Golding ve Curran gibi araştırmacıların üzerinde, yapısalcı dilbilim, göstergebilim ve post yapısalcı kuramcılar kadar Bakhtin, Volosinov gibi Sovyet dilbilimcilerin de etkileri olmuştur.

Bugün belki de iletişim kuramlarını ve habercilik konusunda yapılan çalışmaları en çok etkileyen kuramcılar, Bakhtin çevresi diye adlandırılan ve daha çok Bakhtin ve Volosinov’un yazıları ile anılan eğilimdir. Metinlerarasılık sorunu, işaretin çok vurgululuğu ve dilin konuşmasal (dialogic) özelliklerinin üzerinde duran bu kuramcılar, bugün, haber metinlerini ele alırken, haberin anlatı yapısının nasıl bir konuşma biçimi

[1] John Fiske, *Television Culture*. (London, Routledge, 1987) 95

[2] İnal 56

özellikleri taşıdığını ortaya çıkartmakta Kunelius, Kress, Fairclough gibi çağdaş kuramcılara yol gösterici olmuştur. [1]

Haber medyasının dilinin ve söyleminin araçcı dil anlayışı dışında ele alınması ile birlikte, toplumsal güç/iktidarın haberin anlatı yapısı içinde nasıl kurulduğuna ilişkin bir sorgulama da gelişmiştir. Medya ve siyasal süreci birbirini etkileyen iki karşıt güç olarak ele alan liberal çoğulcu yaklaşımın yerine; medyayı siyasal, askeri ve ekonomik seçkinlerin söylemlerinin yeniden kurulduğu bir yer olarak ele alan eleştirel yaklaşım, eleştirel dilbilim ve eleştirel söylem çözümlemesi ile gelişerek temsil (representation) sorunu üzerinde yoğunlaşmıştır.[2]

2.5.2.1. "Aktarılan Konuşma", "İşaretin Çok Vurgululuğu"

Aynı sözcük birden çok giderek sınırsız vurgu taşıyabilir. Bu sorunu Volosinov Dostoyovski'den bir alıntı yaparak anlatır. Bu alıntıda birkaç kişi arasında bir konuşma geçer, ancak bu konuşmada tek bir sözcük kullanılmaktadır. Birinci kişi bir öneri vurgusu yaparak sözcüğü dile getirir, ikincisi sözcüğe soru vurgusu verir, üçüncüsü ironik bir tonlama ile sözcüğü yineler. Dördüncü kişi, bu sözüne güvenilen yaşlı bir adamdır, sözcüğü "evet öyledir" tonlaması ile ilk kişiyi onaylar şekilde tekrarlar. Sonuncu kişi ise bu sözcüğü, anladığını belli eden bir tarzda yineler.

Bu diyalogda cümle yerine tek bir sözcük kullanılmış ve bu yinelenen tek sözcüğün vurgusu özlem ve yüklemi de kapsayarak cümle yerine geçmiştir. İşaretlerin çokvurgulu nitelikleri haber metinleri için de önemli bir alandır. Tek bir sözcükten oluşan haber başlıkları ya da fotoğraf altlarının taşıdığı vurgu olasılıkları, içinde dilin söz dizimsel vurgusunu da barındırır.

İnal Volosinov'un göstergebilimcilerle aynı doğrultuda "işaret" sorunu üzerinde yoğunlaştığını ve aktarılan/alıntılanan konuşma (reported speech) üzerinde durduğunu aktarmaktadır. Volosinov'a göre "alıntılanan konuşma",

---

[1] İnal 90

[2] İnal 45

konuşmanın içindeki konuşmadır, aynı sözdizimsel (sentaktik) yapıda iki ayrı zaman ve uzam konumu biraraya gelir. Bağlam artık tek değildir.

Volosinov'un söyledikleri haber metinlerinin yapısal özellikleri açısından çok önemlidir. Kaynak kişi ve kurumların konuşmaları haber dili içinde ya doğrudan ya dolaylı alıntılarla, ya da alıntıya ilişkin hiçbir ipucu olmaksızın aktarılır. Haber metni "alıntılanan konuşma" gereksinimi nedeniyle her zaman metin içinde metin, konuşma içinde konuşma olmaktadır.

Diğer yandan, haber metnini yazan gazeteci bir roman yazarından çok farklıdır:

1.Aktardıkları konuşmalar daha önce kaynakların yaptığı konuşmalardır, yani bütünüyle kurgusal üretime dayanmaz

2. Gazeteci metnini yazarken "öznenin" durumsallığı sorunu bu kez gazeteci ve kurum arasında bir eklemlenme sürecini de beraberinde getirir.

Volosinov'un dil sorunsalı ideoloji sorunsalı ile örtüşmüştür. Yazarın temel amacı dönemin baskıcı dil ideolojisine karşı akademik ve politik bir tavır ortaya koymaktır: "İdeolojinin alanı, işaretlerin alanı ile çakışır. Nerede bir işaret varsa orada ideoloji de vardır. İdeolojik olan herşeyin semiyotik değeri vardır. [...] Söz içinde bir ideolojik kırılma, her ideolojik kırılmaya zorunlu olarak eşlik eden bir olgudur. Her ve bütün anlama sanatında, her ve bütün yorumlama sanatında söz vardır." [1]

2.5.3. Althusser: "Devletin İdeolojik Aygıtları

Dil'in ideoloji ile ilişkisini kuran İngiliz Kültürel Çalışmaları Volosinov ve Gramsci'nin yanısıra Althusser'in ideolojiye yaklaşımından

[1] Valentin N.Volosinov, *Marxism and the Philosophy of Language*, ing.çev.L. Matejka & I.R. Titunik (UK: Seminar Press, İnc, 1973) 15

etkilenmiştir. Bu nedenle bu bölümde Althusser'in ideolojiye yaklaşımı ele alınacaktır.

Althusser Hall'in aktardığı gibi; öznelerin metinleri değil, metinlerin özneleri oluşturduğunu savunur. Kitle iletişim araçlarını Gramsci'ye dayanarak geliştirdiği 'devletin ideolojik aygıtları' (DİA) anlayışı içinde değerlendiren Althusser'e göre, DİA'nda yeniden üretim, ideoloji aracılığı ile gerçekleşmektedir.(Hall; 1996)

Volosinov'la başlayan ve Althusser gibi yapısalcı düşünürlerle devam eden anlayışa göre ideoloji göstergeden koparılamaz ve gösterge de somut toplumsal ilişki biçimlerinden ayrı düşünülemez. Göstergenin içinde yaşadığı toplumsal ilişki biçimlerinin toplumsal yaşamın maddi temeli ile ilişkilendirilmesi gerekir. Gösterge ve onun toplumsal konumu birbirleriyle kaynaşır ve bu durum bir konuşmanın yapısını ve biçimini belirler. Eaglaton'un bu konudaki yorumu şöyledir:

"Demek ki burada ideolojiyi yalnızca ekonomik 'altyapının' yansımasına indirgemeyen, söz konusu sözcüğün maddiliğine ve yakalandığı söylemsel bağlamlarla gerçek hakkını veren materyalist bir ideoloji kuramının ana hatlarıyla karşı karşıyayız"[1]

"Tümceleri kuran ve aktaranlar hiç farkında olmaksızın, bilinçdışı olarak bir toplumun ideolojik çerçevelerine dayanıyor ve onları yeniden üretiyor olabilir" görüşünü savunan Althusser'den hareketle yapısalcı düşünürler, konuşma ediminin bireysel bir konu olmasına rağmen, dil sisteminin toplumsal bir sistem olduğunu öne sürmüşlerdir. Althusser'den yola çıkarak anlam, toplumsal bir üretim, bir pratiktir. Dil ve sembolleştirme anlamın üretildiği araçlardır.[2]

[1] Terry Eaglaton, *İdeoloji*, çev. M. Özcan, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996) 270

[2] Banu Dağtaş, *Reklamı Okumak*. (Ankara: Ütopya Yayınevi, 2003) 32

3. HABERİN SÖYLEMİ

3.1. Söylem Kavramı ve Söylem Çözümlemesi

"Haberi söylem olarak kavramak... bizleri varolan anlamların aktarıcısı olan 'şeffaf dil' anlayışından, diğer bir deyişle 'araççı dil' anlayışından uzaklaştırır ve anlamlandırma süreçleri üzerinde duran bir dil sorgulamasına kapılarını açar."[1] Haberi bir söylem olarak ele almaya kalkıştığımızda, geleneksel haber yapısında olduğu varsayılan 'gerçeklik' ve 'nesnellik' kavramları üzerinde düşünmeye, televizyon ekranında gördüklerimizden gözümüzle görmüş kadar emin olmaktan vazgeçmeye gönüllü olduğumuzu açığa vurmuş oluruz.

Televizyon haberlerinin içeriğini bir söylem olarak kabul ettiğimiz bu çalışmamızda, medyanın siyasal, ekonomik ve kültürel yapı içindeki konumunun sorguya açılmasını ve haberin dili ile alımlama süreçlerinin söylem çözümlemesi yöntemiyle açığa çıkarılmasını amaçlamaktayız.

Dilbilimsel bakış açısı, haber metin çözümlemelerine nitel yöntembilimsel yaklaşımı taşımıştır. 1940'lardan bu yana, metin çözümlemesi denince ilk akla gelen niceliksel içerik çözümlemelerinin yerine, önce niteliksel içerik çözümlemeleri geçmiş ve bunu söylem çözümlemeleri izlemiştir. Yorumsamaya dayanan yöntembilim, sosyal bilim araştırmaları için çok yeni değilse de, yorumun, dilbilimsel kuramlara dayanması yine yapısalcılık sonrası anlayışın bir sonucudur. Haber metin çözümlemelerinde,

---
[1] İnal 22

sistematik nitel çözümlemelerin yerleşmesinde van Dijk'ın çabaları gözardı edilemez. Ancak, 1990'larda, van Dijk'ın çözümlemeci bakış açısını, dilbilim içinde "işaret" (sign) sorununun ele alınışı konusu üzerinde duran, eleştirel dilbilim ve eleştirel söylem çözümlemecilerinin çalışmaları tamamlamıştır. Bu yaklaşımlar içinde, işareti (sign/gösterge) oluşturan gösteren ve gösterilen ikiliği, yapısalcı dilbilim içinde önerildiği biçimi ile rastlantısal bir ilişki olarak ele alınmamış ve işaretin 'güdülenmiş özyapısı' üzerinde durulmuştur. Kristeva, Ellis gibi post yapısalcı dil kuramcıları da rastlantısallığın gösteren ve gösterilen arasında olmayıp, işaret ile gönderge arasında oluşan bir sorun olarak ele alınması gerektiğini vurgulamışlardır.

İşaretin güdülenmiş özyapısını (karakterini) vurgulayan eleştirel dilbilim, bireyi toplumsal çevresinden yalıtan ruhbilimsel bir eğilim olmayıp, bu güdünün bireyin öncelikle sınıfsal, cinsiyet, etnik konumundan, yaşından vb. özelliklerinden kaynaklandığı üzerinde durur. Ayrıca, Saussure'dan Pierce'e kayan bir anlayışla, nesnenin özelliklerinin de işaret içinde yansıdığı belirtilmiştir.

Saussure'un materyalist bir dil kuramı için yeniden okunmasında, Bakhtin, Volosinov, Barthes, Pierce gibi dilbilimcilerin yazılarının etkisi olmuştur. Dijk, Fowler, Fiske, Kunelius, Kress gibi araştırmacıların kuramsal yaklaşımları, dilbilim ile ideoloji kuramı arasında bir köprü oluştururken, nitel çözümlemelerin haber söylemini çözümlemekteki önemini ortaya çıkarmıştır. Yalnızca, "manifest" (açık) anlam üzerinde durarak haber metinlerindeki yanlılık sorununu sergilemeye çalışan nicel içerik çözümlemeleri, hem, gazetecilik olgusuna kuramsal yaklaşımları açısından, hem de çözümsel (analitik) düzeyde sınırlı kalmışlardır.

Gazeteciyi gerçeğin nesnel bilgisine ulaşabilecek, ve dengeli haber yazdığında "siyasal yanlılıktan" kurtulacak profesyoneller olarak görmek: araççı dil anlayışı üzerine kuruludur, dilin anlam dizimi (sentaksı) ve sözcük (lexical) seçimleri içinde ideolojinin nasıl kurulduğuna ilişkin çözümlemelerde bu yaklaşım bütünüyle yetersiz bir çerçeve oluşturmuştur. Ancak nicel içerik çözümlemelerinin söylem çözümlemelerini tamamlayıcı verilerin toplanması

açısından önemini yine teslim etmek gerekir. Herhangi bir konuya ilişkin haberlerin gazetelerde ve televizyon kanallarında hangi sıklıkla, ve ne uzunlukta yayınlandığı, hangi formatla yeraldığı konusunda yapılacak nicel çözümlemeler, söylemsel yapılaşma içinde güç/iktidar ilişkilerinin nasıl kurulduğuna ilişkin çözümlemeleri tamamlayıcı bilgileri oluşturur. [1]

Kültürel Çalışmalar'da, toplumsal iktidarca yeğlenen 'meşruiyet' tanımlarının yaygın medya kurumlarınca da benimsenip, kullanıldığını; medyanın, toplumsal meşruiyete ilişkin tanımlamalarda çoğulcu bir yapı sergilemek yerine, ortak, bütüncül bir yapı sergilediğini öne sürmektedir. Van Dijk, bu tanımlama biçimlerinin medya profesyonelleri tarafından bir değer olarak içselleştirildiğini belirtmiş ve bu değerleri 'gazetecilik standardı' (journalistic code) olarak tanımlamıştır. (Dijk; 1988a) Örneğin Glasgow Üniversitesi Medya Grubunun 1983 yılında İngiltere'deki grevlerin medyadaki sunumuna ilişkin araştırmalarında ortaya çıkan sonuç, grev yapan işçilerin kendi amaçlarını açıklayıp, haklılaştıran sözlerinin haberlerin içine girememesi ve grev olgusunun iktidar sahibi çevrelerce tanımlanmasıdır. Sıkça rastlanan diğer bir tanım "terörist", "gösteri", "eylem" gibi olgularla ilgilidir. Bu olguların muhatabı olan polis, mahkeme gibi kurumların eylem ve kararları edilgin tümcelerle verilirken yapanlar (failler) etkin tümcelerle verilmektedir. Haberlerde kullanılan dil ile belli değerler yeniden üretilmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi, anlamın düzenli olarak üretilebilmesi için meşru ve güvenilirliği olması gerekir. Egemen söylemlerin kendilerini nasıl olup da meşru ve saygın kıldıkları ve birbirleriyle yarışan seçenek tanımları bastırdıklarının daha iyi anlaşılabilmesi için Althusser ve Gramsci'nin düşüngüye (ideolojiye) yaklaşımlarının altının çizilmesi gerekir. Bu düşünürlerle beraber, dil ve ideoloji sorunsalı, kapitalist toplumlardaki "sınıf" sorunsalını da içine alacak şekilde genişler.[2]

Haberi bir söylem olarak kavramak, bazı okuyuculara sosyal bilimlerin sorunlarından bütünuyle bir kopuş ve dilbilimsel bakış açısına teslim oluş gibi

---

[1] İnal 190

[2] Dağtaş 35

gelebilir. Ancak, Fowler, Hodge, Kress, Fairclough ve van Dijk gibi eleştirel dilbilim ve eleştirel söylem çözümlemesi kuramcıları, dilbilimi, dilin gramer yapısını ortaya çıkarmaya yönelik bir bilim dalı olarak görmek yerine, dil içinde güç/iktidar ilişkilerinin nasıl kurulduğunu incelemeye yönelmişlerdir. Dilbilim kökenli bu kuramcılar dilbilimin geleneksel sorunsalını neredeyse bütünüyle terkederek, bir sosyal bilimci yaklaşımı ile, dili; toplumsal güç/iktidar ilişkilerinin kurulduğu "yer" olarak görmüşler, ve ideolojik çözümlemelerde yeni çözümsel düzeyleri iletişim araştırmalarına taşımışlardır.[1]

[1] İnal 190

3.2. Cumhuriyet Mitingi Haberlerinin Karşılaştırmalı Çözümlemesi

3.2.1.Çalışmanın Yöntemi

Van Dijk'in haber söylemi modelinden yararlanarak üç televizyon kanalındaki Cumhuriyet Mitingi haberlerinin farklı sunumları ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır.

Söylem çözümlemesi metnin bütününün değerlendirilmesini gerekli kılarak, bir metnin bütünlük ve öğelerinin birbirleriyle eklemlenmiş bir tümdengelim içerisinde kavranması açısından önem taşır.

Söylem çözümlemesinde, biçem özellikleri ve eğretilemeler, düzanlamları oluşturan ve farklı bağlamlarda (yan)anlamlara dönüştüren ulamlar (kategori) olarak kabul edilir. Söylem çözümlemelerinde sözcüklerin anlamları, kullanım bağlamları ve bunun dilbilgisi açısından bütün bir olay örgüsü içerisinde tuttuğu yere ilişkin kavranabilir. Söylem çözümlemesinin asıl amaçlarından biri, kavram ve düzgülerin (kod) kendi iç özelliklerinde ve bağlamlarında oluşturdukları özgül nitelikleriyle, ideolojik yananlamlarıyla kavranılmaya çalışılmasıdır. Barthes'a göre de farklılığı yaratan yananlamlardır.

Volosinov anlamın doğal dilin kendisinden çok, içindeki düzgüler (kodlar) ve yananlamlar aracılığıyla dolaşıma girdiğini söylemektedir. Bu sayede anlamlandırma dil ve sembolleştirme kullanılarak, toplumsal bir pratik olarak gerçekleşir. Hall, dil içinde üretilen anlam üzerinde iktidarın gerçekleştirilmesinin ancak anlam ve söylem savaşımı içinde rızanın üretilmesine bağlı olduğunu belirtir. Yani anlam, hangi toplumsal vurgunun üstün geleceği ve güvenilirlik kazanacağı konusunda girişilen bir toplumsal savaşımın söylem içinde egemen olma savaşımıdır.[1] Volosinov (1973) göstergebilimcilere paralel olarak işaret sorunu üzerinde yoğunlaşır ve

[1] Hall; 1994, 91

aktarılan/alıntılanan konuşma (reported speech) üzerinde durur. Yazara göre "alıntılanan konuşma", konuşmanın içindeki konuşmadır, aynı sentaktik yapıda iki zaman ve uzam konumu biraraya gelir. Bağlam artık tek değildir.

Volosinov'un söyledikleri haber metinlerinin yapısal özellikleri açısından çok önemlidir. Haber metni, her zaman metin içinde metin, konuşma içinde konuşmadır. Kaynak kişi ve kurumların konuşmaları haber dili içinde ya doğrudan ya dolaylı alıntılarla, ya da alıntıya ilişkin hiçbir ipucu olmaksızın aktarılır. Diğer yandan, haber metnini yazan gazeteci bir roman yazarından çok farklıdır:

1. Aktardıkları konuşmalar daha önce kaynakların yaptığı konuşmalardır, yani bütünüyle kurgusal üretime dayanmaz,
2. Gazeteci metnini yazarken "öznenin" durumsallığı sorunu bu kez gazeteci ve kurum arasında bir eklemlenme sürecini de beraberinde getirir. [1]

Haber metinlerinin diğer metinlerden farklı kendilerine özgü bir söylemi olduğunu vurgulayan Van Dijk, bu kendine özgülüğün haberi diğer metinlerden ayırdığını söyler. Bu nedenle haberin özelliklerine uygun bir biçimde çözümlenmesi gerekir. Van Dijk'ın anlamın ancak söylemin bütünsel yapısı içinde anlaşılabileceği vurgusu, haberin de söylemin bütünselliğinden bağımsız düşünülmemesini gerektirir. Haber söyleminin en önemli özelliklerinden biri haberlerin kaynakların görüşlerine dayanılarak yazılmalarıdır. Bu haberde nesnelliği sağlamanın bir yolu olduğu kadar, habere yorumun girmesine de neden olabilir. Haberdeki alıntılar, haber kaynaklarının durum tanımlarının haber üretim süreci içinde haberin söylemine yerleşmesine aracılık yaparlar. Bu yolla toplumda egemen olan siyasal söylemler haber metinlerinin dili içinde yeniden üretilirler. (Dijk; 1988a)

Haberin söylemine ilişkin çözümleme modelini anlattığı "News as Discourse" adlı kitabında van Dijk, haberi başlıca makro ve mikroyapıları olmak üzere ikiye ayırır. "Cumhuriyet Mitingi" örnek olayından hareketle

[1] İnal 52.

televizyon haberciliğinde nesnellik olgusunun irdelenmesi üzerine olan bu çalışmada, haberlerin makro ve mikroyapısal özellikleri incelenmektedir. Van Dijk'ın yazılı basın haberciliğini çözümlemek için geliştirdiği örneklemden yararlanılan bu çalışmada, makroyapısal özellikler açısından başlıklar, alt başlık, haber girişleri ve haberin çizemsel (şematik) özellikleri açısından incelenmesi üzerinde duruldu. Mikroyapısal özellikler açısından ise sözcük seçimleri, tümce yapıları (sentax), haber metinleri içinde nedensel ilişkilerin kuruluş biçimleri, haberin sözbilim (retorik) özellikleri incelendi. Ayrıca çerçeve seçimi, çekim ölçekleri, kamera açıları, kurgu yöntemleri, müzik, ışık ve ses etkileri, çerçevenin bölünmesi, haberin sırası, süresi, üst ses, tekrar ve canlandırmaya başvurma unsurları üzerinde duruldu.

3.2.2. Örneklem

Çözümleme için üç büyük ulusal televizyon kuruluşunun 14 Nisan 2007'de Ankara'da düzenlenen "Cumhuriyet Mitingi'ne ilişkin ilk haberin yayınlandığı 14 Nisan 2007 tarihi seçildi. İlerleyen günlerde de konuyla ilgili haberler yayımlanmıştır, ancak televizyon kuruluşlarının bu tarihteki yayın anlayışlarıyla, sonraki yayınları arasında farklılıklar gözlenmiştir. Mitingin yapıldığı gün, çoğu televizyon kuruluşu miting görüntülerine haber bültenlerinde yer vermemiş, canlı olarak yayımlamamıştır. Sonraki günlerde mitingin yarattığı büyük kamuoyu baskısı ve katılımcıların "neden miting görüntüleri yayınlanmıyor" şeklindeki tepkilerine kayıtsız kalamayıp olaya bültenlerinde daha fazla yer ayırmaya başlamıştır. Mitingin yapıldığı tarih olan 14 Nisan, televizyon kuruluşlarının asıl yayın politikalarını gözlemleyebilmek için daha uygun bulunmuştur.

Seçilen yayın kuruluşlarından Kanaltürk kendini ulusalcı çizgide tanımladığı, Kanal 7 muhafazakarlığı ve hükümet polikalarını destekler tarzda yayın yaptığı ve Kanal D ise yapısında irili ufaklı pek çok kitle iletişim aracını barındıran ve yayıncılık dışında çeşitli ticari konularda da etkinlik gösteren büyük bir medya kuruluşuna ait olması nedeniyle seçilmiştir.

3.2.3. Çözümleme

a) Nicel Veriler:

Medya Takip Merkezi adlı kuruluşun 02.05.2007 tarihiyle yayınladığı medya araştırmasına ilişkin haberde, televizyon ve haber sitelerinin Cumhuriyet Mitingi'ne ilgisinde artış gözlendiği istatistiksel verilere dayandırılarak aktarılmaktadır:

"Önümüzdeki günlerde İzmir'de ve Manisa'da da tekrarlanacağı konuşulan Cumhuriyet Mitingi'ne halkın ilgisi günden güne artarken, medyanın konuya ilgisi yakından takip ediliyor. Medya Takip Merkezi (MTM), Tandoğan'ın ardından Çağlayan mitingini de incelemeye alarak, her iki mitingin medya yansımalarını birbirleriyle karşılaştırdı.[1]"

14 ve 29 Nisan tarihlerinde gerçekleşen iki Cumhuriyet mitinginin, bir gün öncesinin, yapıldığı günün ve bir gün sonrasının medya yansımalarını ölçen MTM'nin verilerine göre, TV kanallarının Çağlayan Mitingi'ne ayırdıkları süre, Tandoğan Mitingi'ne göre ortalama %48 oranında artış göstermiştir. Ulusal gazetelerin konuya ilgisi aynı seviyelerde kalırken, haber sitelerinde yayımlanan haber sayısında ise ortalama %67 artış gözlenmiştir.

Araştırma kapsamındaki üç günlük sürede, Çağlayan'daki mitinge 38 ulusal gazetenin toplam 435 kez yer verdiği, 32 TV kanalının yaklaşık 68 saat boyunca mitingden görüntüler yayımladığı, 59 internet portalının ise konuyu 1.114 kez haber yaptığı belirtilmektedir.

MTM yaptığı araştırma verilerine dayanarak, dünya medyasının gözlerinin de İstanbul'daki gelişmelerde olduğunu, BBC, CNN ve El Cezire gibi dünyanın önde gelen haber kanallarının Cumhuriyet Mitingi'ni ilk haber olarak canlı bağlantılarla izleyicilerine aktardığını belirtmiş, ABD ve İngiltere basınının da mitinge yüksek katılıma dikkati çekerek, ordunun bildirisiyle ilgili yorumlara yer verdiğine de değinmiştir.

---

[1] http://www.medyatakip.com/medya_sistem/medya_data/site/medyaarastirmalari/23.doc

İstanbul'daki mitinge en çok yer veren TV kanalları (Süre/sn.)			
TV Kanalı	**İstanbul Mitingi (28-30 Nisan)**	**Ankara Mitingi (13-15 Nisan)**	**Fark Yüzdesi (%)**
Kanaltürk	65.434	53.821	22
Habertürk	39.124	11.881	229
SkyTürk	37.406	42.216	-11
NTV	19.544	7.455	162
CNNTürk	19.325	7.202	168
Business Channel	7.836	6.845	14
TRT 2	6.196	2.258	174
TV 8	2.959	5.365	-45
Ulusal Kanal	3.574	3.809	-6
Fox	5.804	1.294	349
Kaynak: MTM Medya Takip Merkezi			

Tablo 1 TV Kuruluşlarının İstanbul ve Ankara'daki Cumhuriyet Miting'lerine ayırdığı süre

İstanbul'daki mitinge en çok yer veren gazeteler			
Gazete Adı	**İstanbul Mitingi (28-30 Nisan)**	**Ankara Mitingi (13-15 Nisan)**	**Fark Yüzdesi (%)**
Cumhuriyet	47	41	15
Vatan	38	32	19
Radikal	30	15	100
Sabah	26	35	-26
Hürriyet	23	29	-21
Akşam	19	17	12
Evrensel	19	10	90
Milliyet	17	24	-29
H.O. Tercüman	16	13	23
Posta	16	13	23
Kaynak: MTM Medya Takip Merkezi			

Tablo 2 Gazetelerin İstanbul ve Ankara'daki Cumhuriyet Miting'lerine ayırdığı süre

Bu araştırmanın sonuçlarına göre Kanaltürk yayınları arasında mitinge en çok yer veren, Fox ise en az yer veren televizyon kanalıdır. Çalışmamızda incelediğimiz Kanal 7 ve Kanal D ise Medya Takip Merkezi'nin yaptığı bu medya araştırmasının kapsamı dışında bırakılmıştır. Bu iki kanalın yayınlarında İstanbul ve Ankara'da yapılan Cumhuriyet Mitingleri'ne ilişkin haberlere ayrılan sürelere erişilemediği için her iki mitinge ayrılan sürelerin karşılaştırılması da yapılamamıştır. Çalışmamız kapsamında incelediğimiz 14 Nisan ana haber bültenleri kayıtlarına göre ise, Ankara'da yapılan Cumhuriyet Mitingi'nin gerçekleştiği bu günde, Kanaltürk'ün ana haber bülteninde Cumhuriyet Mitingi'ne 52 dakika 44 saniye, Kanal D'nin özet bölümüyle birlikte toplam 26 dakika, Kanal 7'nin ise 2 dakika 47 saniye ayırdığı gözlemlenmiştir.

b) Tematik Yapılar:

Kanaltürk televizyonununda miting haberinin sunumu sırasında egemen olan temalar:

- Laiklik ve Cumhuriyet'in tehlikede olduğu
- Erdoğan, Arınç ya da Gül'ün Cumhurbaşkanlığı koltuğuna oturmaması gerektiği
- Hükümet edenlerin ülke çıkarlarına ters düşen eylem ve söylemleri
- Laiklik ve Cumhuriyet'in temel ilkelerine sahip çıkma söylemi, karşıt söylemi itibarsızlaştırır.

Ana temalara ek olarak:

- Cumhuriyetin değerlerine sahip çıkan parti liderlerine "Birleşin!" mesajı verilir.
- Erdoğan'ın mal varlığı yüzeysel olarak anlatılır.

Bu ana temaların haberleştirilmesi sürecinde ***bağlam*** ve ***artyöre*** (background) ile ilgili konular Kanaltürk'ün haberlerinde yer almıştır.

- Erdoğan ve Gül gibi haklarında birçok soruşturma dosyasının bekletildiği siyasetçilerin cumhurbaşkanlığına uygun olmadıkları
- İktidarın arkasında Fethullah Gülen ve ABD'nin bulunması
- Alt kimlik-üst kimlik tartışması, PKK sorunu, şehitler

Örnek alınacak bir haber çerçevesinde haberin söylemindeki temaları belirlemek, onların çizgisel ve hiyerarşik ilişkilerini ve metindeki anlam özelliklerini kurmak, tematik çözümlemenin asıl amacıdır. Haberler arasındaki farklılıklar bu biçimde görülebilir. Bu açıdan bir haberde verili bir konu, başka bir gazetenin (televizyonun) haberindekinden daha yüksek bir hiyerarşiye sahip olabilir.

Kanal 7 televizyonununda miting haberinin sunumu sırasında egemen olan temalar:

- Günlerdir tartışılan mitingi düzenleyenin ADD olduğu

- Mitingin düzenlenmesine büyük destek veren CHP'nin lideri Baykal'ın mitinge torunuyla katılması

- Gazeteci Tuncay Özkan'ın mitingde yaptığı emrivaki konuşmanın karışıklığa neden olması

Haber söyleminin bir haber bülteninin tümünde egemen olduğunu gözönüne aldığımızda, miting haberinin ardından gelen haberde kullanılan altyazıların ve haber metninin aslında miting haberinde açıklanmayan, cumhuriyet mitinginin altında yatan nedenlere işaret ettiği ortaya çıkmaktadır: Bu haberde, Erdoğan'ın partisinin meclisteki çoğunluğuna vurgu yaptığı, kendisi aday olmadığı takdirde mutlaka partisinden birinin aday olacağına inandığı şeklindeki açıklamasına yer verilmiş, yine Erdoğan'ın Alman Der Spiegel dergisine verdiği ropörtaj yazıya dökülerek Cumhurbaşkanı Sezer'i başörtülü eşini davet etmediği için ayrımcılıkla suçlaması konu edilmiştir.

Altyazılar:

HENÜZ KARARIMI VERMEDİM
ERDOĞANDAN KÖŞK MESAJI

HENÜZ KARARIMI VERMEDİM
BAŞÖRTÜSÜ ENGEL DEĞİL

Yazı efektleri:

ADAY AK PARTİ'DEN

TÜRBAN SORUN OLMAZ

Ana temalara ek olarak:

- Baykal'ın ADD Başkanı Eruygur ve rektörlerle aynı kareye girmemesi
- Bazı üniversitelerin miting için özel otobüs kaldırması, öğretim üyelerinin cübbeleriyle katılmaları
- Mitinge katılan bir diğer parti başkanı Yaşar Okuyan'ın kızının kalabalıktan fenalaşması

Kanal 7 televizyonu haberinde bu temaların haberleştirilmesi sürecinde ***bağlam*** bilgilerine başvurulmamış, olay içi boşaltılarak izleyicinin değerlendirmesine konu olmaktan uzaklaştırılmıştır. Haberde ***artyöre*** (background) olarak ele alınan konu (emekli orgeneral Şener Eruygur'un adının daha önce darbe günlüğü ile gündeme geldiğinin belirtilmesi) aslında cumhuriyet mitingini hazırlayan sebeplerden biri değildir.

Kanal D televizyonununda miting haberinin sunumu sırasında egemen olan temalar:

- 14 Nisan'ın yaşanan iki büyük olay nedeniyle (Cumhuriyet Mitingi ve Aksaray'daki trafik kazası) çok özel bir gün olduğu.
- Ankara'da bu ölçüde büyük bir mitingin son yıllarda yapılmadığı
- En kalabalık gününü yaşayan Anıtkabir'de insanların Atatürk'e şikayetlerini dile getirdiği

- Adı "Cumhuriyet Mitingi" olan mitingin aslında herkesin bildiği gibi Başbakan ya da AKP'li başka birinin Çankaya'ya çıkmamaması için yapıldığı
- Mitingin Çankaya sürecini etkilemeyeceği
- Baykal'ın mitinge CHP Genel Başkanı sıfatıyla değil bir vatandaş olarak torunuyla birlikte katıldığı
- Her tarafın kırmızı-beyaz bayrak denizine dönüşmesi

Ana temalara ek olarak:

- Rektörlerin yaptıkları açıklamalarla Çankaya tartışmasını alevlendirdikleri
- Tuncay Özkan kürsüye çıkınca ortalığın karıştığı
- Askerlerin Anıtkabir'deki nöbet değişimini insanların tezahuratları altında yaptığı
- Siyasetçilerin cumhurbaşkanlığı ile ilgili net bir açıklama yapmamaları, adayların belli olmaması
- "Meclisin kararı, milletin kararıdır" yazılı sokak ilanları
- AKP'nin "mitingi CHP organize ediyor" iddiasını Baykal'ın yalanlaması.

Haber biçemi ***bağlam*** ulamından (kategorisinden) koparılarak yapılandırılmış, cumhurbaşkanlığı seçim sürecinin zora girmesi ve iktidar tarafından işletilen sürecin anayasada belirtilen koşullarla çelişki içinde olması, TSK'nın mitingden iki gün önce 12 Nisan'da yaptığı basın açıklaması gibi konulara değinilmekten kaçınılmıştır. Bunun yerine, 14 Nisan'ı özel bir gün olmasına neden olan; cumhuriyet tarihinin en büyük mitingi ve en büyük ikinci trafik kazası arasında yapay bir bağlamsal ilişki kurulmaya çalışılmıştır. Mitingde birkaç yıl öncesinden tanıdık olan "ordu-millet elele" sloganının kullanılması ise yüzeysel olarak kurulan bir bağlam konusudur. ***Artyöre*** (background) başlığı altında ise; Erdoğan'a "evet" diyen "Meclisin kararı, milletin kararıdır" yazılı sokak ilanlarının önünde başlayan mitingde sloganların Erdoğan'a "hayır" dediği bilgisi verilmektedir.

Tematik Yapıdaki Konu Ulamları

Konuların "Cumhuriyet Mitingi" ile ortaya çıkan olaylara ilişkin sorulara anlamsal yanıtlar vermesi gerekir. Örneğin;

- olayın durumları (circumstance)
- zaman ve yer
- sonuçlar
- olayın aktörleri ve onların özellikleri
- olaydan etkilenen için sonuç
- tepkiler ve onların sonuçları
- önceki olaylar ve tarihsel artyöre (siyasal seçkinler, bürokratlar, işadamlarının iktidarla çıkar ilişkileri, vs) ile ilgili sorular açıklığa kavuşturulmalıdır.

Kanaltürk televizyonu miting haberinde yer alan konular:

Konu Kategorisi	Konular
a. Durum	**1.** "Milyonlar Anıtkabir'e Aktı"
b. Sonuçlar	**1.** Halk Cumhuriyet'e sahip çıktı.
c. Aktör (1)	**1.** Miting Katılımcıları (Cumhuriyet'in değerlerine ve Atatürk'e bağlı)
	1.a. Yaşlısı, genci, köylüsü, kentlisi, akademisyeni, doktoru, sanatçısı ile Türk Halkı
	1.b. ADD ve diğer sivil toplum kuruluşları
	1.c. Siyasi parti liderleri
d. Aktör (2)	**1.** R.T. Erdoğan, A. Gül ve B.Arınç (Laiklik ve cumhuriyete tahdit oluşturan) (Cumhurbaşkanlığına layık olmayan) (Ülkeyi iyi yönetemeyen)

e. Neden	**1.** Cumhuriyetin temel ilkelerinin tehlikede olması **2.** Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinde AKP'nin uzlaşmaz tutumu **3.** TBMM Başkanı'nın "Dindar bir cumhurbaşkanı seçilecek" söylemi
f. Tepki	**1.** Kitlelerin örgütlenmesi
g. Sonuç	**1.** Beklenin üstünde katılımın olduğu mitingde AKP'nin eleştirilmesi, cumhuriyet ilkelerine sahip çıkıldığının gösterilmesi **2.** Halkın edilgin konumundan çıkıp etkin hale gelmesi
h. Olay/Zaman	14 Nisan 2007
i. Olay/Yer	Ankara Tandoğan Meydanı ve Anıtkabir
j. Olay/Daha sonra olanlar	**1.** Basın-Yayın organlarının çoğunluğunun mitingi görmezden gelmesi ya da haberlerinde çok az yer vermeleri **2.** İlerleyen günlerde halktan gelen tepkileri ve siyasi havanın birdenbire değişmesini de göz önüne alan medya kuruluşlarının miting haberlerine daha fazla yer ayırması. (MTM' in verilerine göre, TV kanallarının Çağlayan mitingine ayırdıkları süre, Tandoğan mitingine göre ortalama %48 oranında artmıştır.) **3.** Siyasi partilerin halkın tepkili olduğu AKP'ye karşı birleşme çabası içine girmeleri **4.** AKP'nin cumhurbaşkanını seçememesi
k. Tarihsel Artyöre (History)	Kanaltürk'ün AKP'nin uyguladığı politikaları onaylamaması
l. Bağlam	**1.** Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinin zora girmesi, iktidar tarafından işletilen sürecin anayasada belirtilen koşullarla çelişki içinde olması

2. TSK'nın mitingden iki gün önce 12 Nisan'da yaptığı basın açıklaması:

2.a. Org. Büyükanıt'ın **"***Laikliğe, Türkiye'nin üniter yapısına bağlı, Cumhuriyet'in temel değerlerine sözde değil özde sahip olan birinin seçilecek olmasını umut ediyoruz"*

2.b. *"İçeriden ve dışarıdan yapılan saldırı ve karalamalara karşı askerin kendini savunmak zorunda kalması, askerin politikaya müdahalesi olarak gösterilmeye çalışılıyor [...] Şemdinli olaylarındaki bana yapılan saldırılar TSK'ya yapılmıştır...***"** sözleri.

3. PKK ile mücadele konusunda iktidarın TSK'ya yeterince destek vermemesi

4. TÜSİAD Ankara'daki miting öncesi ve sonrası cumhurbaşkanlığı sürecinde iktidara destek olmuş, ancak İstanbul'da yapılan ve Ankara'dakinden çok daha fazla insanın katıldığı mitingin hemen ertesi günü 30 Haziran'da "*Mevcut fiili durumun demokrasiye zarar vermemesi için hemen erken genel seçime gidileceğinin ilan edilmesi bir zorunluluk haline gelmiştir*." açıklaması yapmak zorunda kalmıştır.

m. Ayrıntı — Mitinge katılan kişilerin sayısı konusunda yayın kuruluşlarının anlaşmazlığa düşmesi

Haberin tematik yapısındaki konu kategorilerinin incelenmesi sonucunda 13 adet konu ve çok sayıda alt konunun haberin unsurlarını oluşturduğu görülmüştür. Konular en üstten alta doğru yüksek düzey konulardan başlayarak sıralanmıştır. Konuların kronolojik bir sıra izlemediği görülmektedir. Konuların ardından olayın bağlamı ve artyöresine ilişkin bilgiler verilmiştir.

Bu tabloda haberin tematik yapısını düzenleyen anlamsal kategoriler değerlendirildiğinde, Kanaltürk'ün ana haber bülteninde verilen Cumhuriyet

Mitingi’ne ilişkin haberinin stdandart haber biçimine uygun bir biçimde yapılandırıldığını söyleyebiliriz.

Kanal 7 televizyonu miting haberinde yer alan konular:

Konu Kategorisi	**Konular**
a. Durum	**1.** “Günlerdir tartışılan 14 Nisan Mitingi yapıldı”
b. Sonuçlar	**1.** ADD Başkanı Eruygur, derneğinin düzenlediği mitingde kürsüye gelmedi.
	2. Miting olaysız sona erdi.
c. Aktör (1)	**1.** Miting Katılımcıları
	1.a. Katılımcı sade yurttaşlardan sözedilmiyor.
	1.b. Mitingi düzenleyen ADD
	1.c. Mitinge destek veren CHP
	1.d. Miting ziyaretçisi Yaşar Okuyan (Fenalaşan kızını sağlık ekiplerine kucağında taşıyan)
	2.e. Rektörler ve Öğretim Üyeleri (cübbeleriyle katılan)
	2.f. Kanaltürk’ün sahibi Tuncay Özkan (miting programında olmadığı için Konuşmasına izin verilmeyen)
d. Aktör (2)	Bulunmuyor
e. Neden	Bulunmuyor
f. Tepki	**1.** Miting komitesinin Tuncay Özkan’a tepkisi
	2. CHP liderinin rektörler ve Eruygur’la aynı kareye girmemesi
g. Sonuç (yapay sonuç)	**1.** Adı darbe günlüğüyle anılan ADD Başkanı’nın derneğinin mitinginde kürsüye çıkmaması
	2. “Miting Tandoğan’daki konuşmalar ve konserin ardından Anıtkabir yürüyüşüyle noktalandı.”
h. Olay/Zaman	14 Nisan 2007

i. Olay/Yer	Ankara Tandoğan Meydanı
j. Olay/Daha sonra olanlar	**1.** Miting haberinin hemen ardından gelen haberde Erdoğan'ın Alman 'Der Spiegel' dergisine; '*Eşimin başörtüsünün cumhurbaşkanı adaylığı önünde engel olacağını düşünmüyorum.Bizden önce başörtülü kadınlar cumhurbaşkanı Sezer'e de gitti. Biz seçimleri kazanınca bizi davet etmedi. Bu tür bir ayrımcılık için hiçbir yasal temel yok.*' açıklaması yaptığı veriliyor. **2.** Erdoğan miting haberini izleyen bu haberde cumhurbaşkanı adaylığı için henüz karar vermediğini, kendisi olmasa bile mutlaka AKP içinden birinin aday olacağını söylüyor ve partisinin meclisteki çoğunluğuna dikkat çekiyor.
k. Tarihsel Artyöre (History)	ADD Başkanı Emekli Org. Şener Eruygur'un "darbeci" olarak anılması
l. Bağlam	Bulunmuyor
m. Ayrıntı	**1.** Mitinge katılan kişilerin sayısından söz edilmiyor, 'katılım yüksek oldu' denilmekle yetiniliyor. **2.** Baykal'ın mitinge torunuyla katılması **3.** Okuyan'ın kızının kalabalıktan fenalaşması

Kanal 7 televizyonunun mitingle ilgili haberinde, olayın iç yüzüne, mitingin aktörlerinin kimliklerine, neden orada olduklarına, aktörlere ilişkin artyöre bilgilerine yönelik sorular yanıtlanmamaktadır. Bağlam ve sonuçla ilgili bilgilere yer verilmemiştir. Haber parçalanarak, her bir parçasında dikkat çekilmesi istenen unsurlar ön plana çekilerek abartılmıştır. Miting öncesi çeşitli yayınlarda da darbecilikle suçlanan ADD Başkanı Emekli Orgeneral Şener Eruygur'un bu miting organizasyonunu düzenleyen kişi olduğu, buna rağmen miting kürsüsüne çıkarak bir konuşma yapmaktan çekindiğinin üzerinde durularak onun "şaibeli darbeci kişiliği" vurgulanmak istenmiştir. Yayın politikasına uygun düşen, gündemde olmayan bazı haberler gerektiğinden fazlaca ön plana çıkartılarak gündem değiştirilmeye çalışılabilir. (Dileklen; 2005)

Kanal 7, trafik kazası haberini ilk haber olarak yaklaşık 9 dakika süreyle verirken, dünyada geniş yer verilen ve Financial Times gazetesinin dünyada haftanın en önemli olayı olarak gösterdiği mitinge 2 dakika 47 saniye ayırmıştır. Buna benzer bir çıkarımda bulunularak Kanaltürk ana haber bülteninde Cumhuriyet Mitingi'ne 52 dakika 44 saniye ayrılmasını da, kanalın yayın polikasına uygun olan haberi olduğundan daha önemli gösterme çabası olduğu söylenebilir. Ancak Cumhuriyet Mitingi kapsamı ve taşıdığı siyasi mesajlar açısından büyük haber değeri taşır. Dışbasın da mitinge atfettiği "haftanın en önemli olayı" değerlendirmesiyle haberin değerini vermiştir. Kanal D ana haber bülteninde Tandoğan'daki mitingin Türkiye'de yapılan en büyük miting olduğu ve Aksaray'da çoğu çocuk 33 kişinin öldüğü kazanın ise Türkiye'de yaşanan ikinci en büyük trafik kazası olduğu bilgisi her fırsatta belirtilerek, kaza haberi ile miting haberinin baştan beri aynı derecede önemli olduğu vurgulanmıştır. Kanal D ilk sırada kurguladığı miting haberine 27 dakika, kaza haberine ise 19 dakika 20 saniye ayırmıştır.

Kanal D televizyonu miting haberinde yeralan konular:

<u>**Konu Kategorisi**</u>	<u>**Konular**</u>
a. Durum	**1**. "Ankara'da tarih yazıldı /Aksaray'da facia yaşandı"
b. Sonuçlar	**1.** Yüzbinler Ankara'ya aktı
	2. Meydandakilerin Çankaya kriterleri belli oldu: **"ÇANKAYA YOLLARI ŞERİATA KAPALI"** sloganı
	3. Anıtkabir en kalabalık gününü yaşadı.
	4. Atatürk'e şikayetler dile getirildi.
c. Aktör (1)	**1.** Miting Katılımcıları

	1.a. Türkiye'nin dört bir yanından gelenler. (herkes, insanlar, kalabalık, yüzbinler, topluluk gibi önadlar (sıfat) kullanılmakta)
	1.b. Rektörler (Yaptıkları açıklamalarla Çankaya tartışmasını alevlendiren)
	1.c. Tuncay Özkan (Kürsüye çıkmasıyla ortalığı karıştıran, Kanaltürk televizyonu sahibi)
	1.d. Sanatçılar (Edip Akbayram, Tolga Çandar)
	1.e. Askerler (nöbet değişimini tezahuratlarla yapan)
	1.d. Siyasetçiler (Baykal, parti gen.başkanı değil vatandaş olarak torunuyla birlikte katılan) (Bir hafta önce Ankara'da onbinleri toplayan DSP Gen. Başkanı Zeki Sezer)
d. Aktör (2)	**1.** Başbakan Erdoğan (Çankaya'ya çıkması istenmeyen) **2.** Siyasetçiler (Cumhurbaşkanlığıyla ilgili net bir açıklama yapmayan, adayları belirlemeyen)
e. Neden	**1.** Miting Çankaya'ya Başbakan Erdoğan ya da Ak Parti'li birinin çıkmaması için yapılmaktadır. **2.** Siyasetçilerin cumhurbaşkanlığı ile ilgili net bir açıklama yapmamaları, adayların belli olmaması
f. Tepki	**1.** Mitinge katılanların slogan ve konuşmaları **2.** Atatürk'e şikayetler edilmesi

g. Sonuç	**1.** Miting, Çankaya sürecini etkilemeyecek! (Kanal D Ankara Haber Koordinatörü Erhan Karadağ'ın AKP kurmaylarından edindiğini söylediği izlenim)
h. Olay/Zaman	14 Nisan 2007
i. Olay/Yer	Ankara Tandoğan Meydanı ve Anıtkabir
j. Olay/Daha sonra olanlar	**1.** AKP henüz cumhurbaşkanı adayını belirlememiştir. (bir sonraki haberde belirtilir)
k. Tarihsel Artyöre (History)	**1.** "Meclisin kararı, milletin kararıdır" yazılı sokak ilanları **2.** AKP'nin "mitingi CHP organize ediyor" iddiasını Baykal'ın yalanlaması **3.** Rektörlerin açıklamalarıyla alevlenen Çankaya tartışması **4.** Siyasetçilerin cumhurbaşkanı adaylarını açıklamamaları
l. Bağlam	**1.** 14 Nisan'ın en büyük miting ve en büyük ikinci trafik kazasına sahne olması bakımından tarihi bir gün olması **2.** Mitingde birkaç yıl öncesinden tanıdık bir slogan (Sloganın ne olduğu başında kesildiği için tam anlaşılmıyor; duyulan sözler: "*...millet elele, ordu nereye*". Ardından gelen ve 1 saniye süren askerle ilgili bir başka slogan da bir kez duyulmasına izin verilmeden kesilen "*en büyük asker...*" şeklindeki slogan.
m. Ayrıntı	**1.** Her tarafın kırmızı-beyaz bayrak denizine dönüşmesi **2.** 2 km uzunluğundaki bayrağın Anıtkabir'in etrafını çevirmesi

c) Biçemsel Yapılar:

Haberin söylem çözümlenmesinde önemli işlevleri olan biçemsel yapılar asıl olay, bağlam (contex), tarih, artyöre (background), sonuçlar ve sözel tepkiler gibi ulamlardan oluşur. Bunlar haber içinde önemli roller oynar. (Dijk; 1988a) Bütün bu ulamların tüm haber örneklerinde bulunması zorunlu olmamakla birlikte, haberin biçemsel yapısında mutlaka kullanılması gereken iki önemli ulam vardır:

1. **Haberin başlığı**
2. **Haberin girişi** (haberin ana olay ve sonuç bölümlerini kapsar)

Van Dijk'e göre, "başlık" ve "giriş" bölümlerinin toplamı özeti oluşturur ve ikisi birlikte anlamsal "makro yapı"yı kurarlar. Van Dijk, haber metinlerinin makro yapısal özellikleri aracılığıyla biçemsel yapı içinde çerçevelendirildiğini belirtir. Haberin biçemsel yapısı, haberin kendine özgü hiyerarşik yapısı içinde ortaya çıkar. Bu hiyerarşik yapıda en önemli bilgiler haber metni içinde yukarıya, habere ilişkin ayrıntılar ise haberin aşağılarına yerleştirilir. Haberi diğer söylemsel türlerden ayıran başat özellik; haberin giriş bölümünün dinleyici ya da izleyiciye haberin içeriği hakkında genel bir bilgi vermesidir. Ayrıca bu bölümde haberin en ilginç ve önemli yönlerinin özetinin verilmesi ve izleyiciyinin ilgisinin çekilebilmesi gerekir.

Kanaltürk ana haber bültenine spiker, başlık olarak adlandırabileceğimiz şu iki tümceyle başlar.

"Bugün Türkiye olağanüstü bir gün yaşadı. Ankara'da tarihin en büyük mitingi düzenlendi. Görülmemiş bir kalabalık cumhuriyete sahip çıktı. Aksaray'da ise büyük bir facia vardı. İlköğretim öğrencilerini geziye götüren otobüs kaza yaptı, çoğu cocuk 33 kişi öldü."

Bültenin açılışını bu sözlerle bitiren spikerin hafifçe soluna dönmesiyle birlikte stüdyodaki ikinci kamera devreye girer. Spiker başka bir uzama geçmiş gibi olayı anlatmaya başlar. Anlattıkları haberin giriş bölümünü oluşturur.

"Ve 4 yıl önce %34 oy alan bir parti geri kalan %64 oyu hiçe sayıp devlet yönetiminin tamamını ele geçirebilir mi? Laikliği, üniter devlet yapısını Atatürkçülük'ü tartışmaya açan bir zihniyet Çankaya'ya talip olabilir mi? Anayasal kurumlarla çatışıp özüne karşı çıkan biri Atatürk'ün makamına çıkabilir mi? Cumhurbaşkanı Sezer'e göre hayır! Genelkurmay Başkanı Büyükanıt'a göre hayır! Aydınlara, sanatçılara, sivil toplum kruluşlarına göre hayır! Ve bugün Ankara'ya akan milyonlara göre de yanıt, hayır!"

Bu sunumdan sonra mitingin görüntüleri ekrana gelir. Ekrandaki görüntü üzerine bindirilen alt başlık:

EN BÜYÜK HALK TEPKİSİ
"CUMHURİYETE SAHİP ÇIKANLAR" MEYDANA SIĞMADI

biçiminde yazılmıştır. İlk görüntü Anıtkabir odaklı kameranın Tandoğan Meydanı'nda ellerinde yüzbinlerce bayrak taşıyan topluluğa doğru açılmasıyla başlamaktadır. Bundan sonra meydandaki kalabalığın çeşitli açılardan çekilmiş görüntüleri 3-5 saniye süreyle birbiri ardına gelir. Kurgu yöntemi olarak kesme yerine, daha çok dramatik anlatımlarda kullanılan zincirleme geçişler kullanılmıştır.



F 1 Kanaltürk miting haberinden geniş açılı çekim örneği



F 2 Kanaltürk miting haberinden geniş açılı çekim örneği



F 3 Kanaltürk miting haberinden geniş açılı çekim örneği



F 4 Kanaltürk miting haberinden pankart çekimi örneği

Kanal 7 Televizyonu 14 Nisan Ana Haber Bülteni’nde Miting Haberi

Haberin girişi:

“Ve başkentten sıcak gelişmelerle devam ediyoruz sayın seyirciler. Günlerdir tartışılan miting bugün Ankara’da yapıldı. Atatürkçü Düşünce Derneği’nin öncülüğünde düzenlenen mitinge katılım yüksek oldu. CHP’nin büyük destek verdiği mitinge Baykal torunuyla birlikte geldi. Gazeteci Tuncay

Özkan'ın konuşması kısa süreli bir arbedeye neden oldu. Miting bunun dışında olaysız ve sakin geçti."

Haberin altbaşlığı:

GÜNLERDİR TARTIŞILAN MİTİNG

BAYKAL TORUNUYLA KATILDI



F 5 Kanal 7 miting haberinden yakın çekim örneği

Kanal 7 televizyonunun konuyla ilgili haberin giriş bölümünden sonra verilen görsel malzeme, Kanaltürk haber bülteninde bir saate yakın süreyle yayınlanan, miting alanınını ve topluluğu bütünüyle gösteren geniş açılı çekimlerin aksine, bütünden ayıklanmış ya dar açılı-yakın çekimlerden, ya da insanların seçilemediği oldukça uzak çekimlerden oluşmaktadır. Öyle ki haberdeki ilk görsel malzemede, kameranın konumu nedeniyle Tandoğan Meydanı'nda oldukça uzakta görünen konuşma platformunda boylu boyunca yer alan büyük Atatürk fotoğrafı izleyici tarafından seçilememektedir. Haber izleyicisi, üst açıyla çekilen bu görüntüde ellerinde bayraklar taşıyan yurttaşları sırtları kameraya dönük konumda ve yalnızca en arka sıralardakilerin kafalarını, önlere doğru ise insanları değil yalnızca bayrakları görebilmektedir. Haber metni içinde olay sırasında pankartlar taşındığından söz edildiğinde bile seçilen görüntüde pankartlar okunmayacak uzaklıktadır.



F 6 Kanal 7 miting haberinden uzak çekim örneği

Miting katılımcısı yurtaşlarla ropörtajlara kesinlike yer verilmemiş, haberin söylemi 'şaibeli' geçmişe sahip olan Şener Eruygur'un başkanlığını yaptığı derneğin düzenlediği, çeşitli konuşmalar ve konserlerin yapıldığı, olaysız dağılan bir miting bağlamında kapanmıştır. Net genel çekimlerin yerine dar açılı yakın çekimlerin yeğlendiği haber kurgusunda ADD Genel Başkanı Şener Eruygur, Ankara Üniversitesi Rektörü Nusret Aras, CHP Genel Başkanı Deniz Baykal'ın yakın çekimlerine yer verilmiştir.



F 7 Kanal 7 miting haberinden yakın çekim örneği

Televizyonun teknik olanaklarının ‘televizüel bir gerçeklik’ kurulmasına katkıda bulunduğunu belirten Mutlu, bu olanaklar içinde yer alan “yakın çekim” tekniğinin temelinde ideolojinin yattığını vurgulamıştır. Yakın çekimle insanın bireyselliği adına insanın toplumsallığının gözardı edilebildiğini; biçimsel indirgemenin, aslında ideolojiyi taşıyan öze ilişkin olan indirgemenin fiziksel ve teknik olarak onaylanmasıdır. Mutlu bunu şöyle açıklamaktadır:

“Televizyon ekranının küçük olması, çevrenin gösterilmesini engeller, çevre unsurunun etkisini azaltır, hatta etkisiz hale getirir. Anlaşıldığı gibi, bireyleri ve nesneleri çevresinden soyutlayan yakın çekim, televizyonun asıl çekim ölçeği olarak karakterize edilmektedir. Bu fiziksel gerekçeli indirgeme, yakın çekimin sinemasal saymacalardan aktarılan anlamıyla da birleşerek, televizyonun kişisel bir dünya olduğunu ileri süren ideolojiye dönüşmektedir. Bu iddia, bireyin ancak toplumsal çevreyle varolabileceği .gerçeğini göz ardı etmektedir.”[1]



F 8 Kanal 7 miting haberinden yakın çekim örneği

Televizyon izleyicisine mitingin neden düzenlendiğine dair en ufak bir ipucu verilmemektedir. Miting alanından görüntülerde yakın çekim ve dar

[1] Mutlu 130

açıyla çekilmiş olanları art arda kurgulanmış, sınırlı sayıda ve ADD'nin adının geçtiği pankartlara yer verilmiştir.

Görüntüler arasında dört kişinin taşıdığı "ATATÜRKÇÜ DÜŞÜNCE DERNEĞİ, DENİZLİ ŞUBESİ" yazılı bir bez afiş ve arkasından gelen 40-50 kişi vardır. Sabahın erken saatlerinde çekildiği için alandaki kalabalık hakkında fikir vermeyen bu görüntü aynı zamanda mitingi düzenleyen tek kuruluş olarak gösterilmeye çalışılan ADD'ye de işaret etmektedir. "*Atatürkçü Düşünce Derneği'nin öncülük ettiği Cumhuriyet Mitingi adı verilen Miting Ankara Tandoğan'da yapıldı"* diyen üst ses görüntünün algılanışını pekiştirir.



F 9 Kanal 7 miting haberinden pankart örneği

Kanal 7 haberinde Tandoğan Meydanı'ndan verilen az sayıda görüntünün bulunmasının yanısıra, kitlelerin Anıtkabir'e yürüyüşünü, Anıtkabir avlusundaki yoğunluğu ve Atatürk'ün mozolesinin önünde oluşan insan kuyruklarını gösterir hiçbir çekim yer almamaktadır. Konu ile ilgili haberin bitiminde "Cumhuriyet Mitingi Tandoğan'daki konuşmalar ve konserin ardından Anıtkabir yürüyüşüyle noktalandı" sunumunun altında, 1 saniye süreyle ekranda kalan Anıtkabir'in oldukça uzak bir çekimi bulunmaktadır. Ancak bu çekimde, kameranın konumu, çerçevede büyük yer kaplayan bayrak, altyazı, netlik ve uzaklık gibi etmenler nedeniyle Anıtkabir'e doğru yürüyen kalabalık insan kitleleri açıkça görülememektedir.



F 10 Kanal 7 miting haberinden uzak çekim örneği

Kanal D Televizyonu 14 Nisan Ana Haber Bülteni'nde Miting Haberi

Haberin özeti (üst sesin anlatımıyla):

"Bugün 14 Nisan. Bir tarihi olaya ve inanılmaz bir trajediye tanıklık ediyoruz. Ankara'da tarih yazıldı, Aksaray'da facia yaşandı... Başkent'teki "Cumhuriyete sahip çık" mitingne yüzbinler katıldı... Ankara Ankara olalı böyle bir olaya tanıklık etmedi. Ay-yıldızlar kırmızı-beyaz bir denizdi... Kalabalık Tandoğan'a sığmayınca Anıtkabir'e sel olup aktı...

Kanal D haber Anıtkabir'den canlı yayında. Mitingin tüm detayları, tüm fotoğrafları, tüm yansımaları, mesajı...

14 Nisan yalnızca bu dev mitingle değil bu akıl almaz faciayla da anılacak. İzmir Zafer İlköğretim Okulu'nun Kapadokya gezisi inanılmaz bir trajediyle noktalandı... Trajediden de trajik sahneler sergilendi.

Ve Kanal D haber Aksaray Faciası'ndan da canlı yayında... Hem olay yerinde Aksaray'da, hem de acılı ailelerin yanında İzmir Adnan Menderes Havalimanı'nda...

Hepsi ve daha fazlası şimdi..."

Haber bülteninin başladığını gösteren jeneriğinardından stüdyo ekrana gelir, spiker Deniz Arman şu girişi yapar:

"İyi akşamlar. Kanal D ana habere hoşgeldiniz. Bugün 14 Nisan ve bugün sizlere özel bir bülten sunacağız sayın seyirciler. Çünkü bugün özel bir gün. Ankara'daki Cumhuriyet mitingi, cumhuriyet tarihinin en büyük mitingi oldu. Aksaray'daki facia da cumhuriyet tarihinin ikinci en büyük trafik kazası olarak kayıtlara geçti. Ve Kanal D haber bu çok özel günde dört ayrı noktadan canlı yayınla karşınızda. Hem mitingi, hem de akıl almaz faciayı değerlendireceğiz."

Sözünü bitirince, sözünü ettiği dört noktadan canlı yayın yapıldığının göstergesi olan dört büyük ekrana (ekranların üstünde büyük punto kırmızı harflerle 'SICAK DURAKLAR' yazmaktadır) dönen Deniz Arman, önce Anıtkabir'e muhabir Orkun'a dönmek istediğini belirtir ve sorusunu yöneltir:

"Orkun orası boşaldı artık, Anıtkabir boşaldı ama öncesinde senden önce bir Tandoğan'ı, sabahın erken saatlerinde yaşananları alalım. Daha doğrusu Ankara'da tarih nasıl yazıldı Orkun?"



F 11 Kanal D miting haberinde stüdyo görünümü



F 12 Kanal D miting haberinde olay yerinden sunum

Haberin altbaşlığı:

ORKUN ÖZ

KANAL D MUHABİRİ

DEV MİTİNGİ ANLATIYOR

Kanal 7 televizyonunun konuyla ilgili haberin giriş bölümünden sonra verilen görsel malzeme, Kanaltürk haber bülteninde bir saate yakın süreyle yayınlanan, miting alanınını ve topluluğu bütünüyle gösteren geniş açılı çekimlerin aksine, bütünden ayıklanmış dar açılı ve uzak çekimlerden oluşmaktadır. Öyle ki haberdeki ilk görsel malzemede, kameranın konumu nedeniyle Tandoğan Meydanı'nda oldukça uzakta görünen konuşma platformunda boylu boyunca yer alan büyük Atatürk fotoğrafı izleyici tarafından seçilememektedir. Haber izleyicisi, üst açıyla çekilen bu görüntüde ellerinde bayraklar taşıyan yurttaşları sırtları kameraya dönük konumda ve yalnızca en arka sıralardakilerin kafalarını, önlere doğru ise insanları değil yalnızca bayrakları görebilmektedir. Haber metni içinde olay sırasında pankartlar taşındığından söz edildiğinde bile seçilen görüntüde pankartlar okunmayacak uzaklıktadır.

Miting katılımcısı yurtaşlarla ropörtajlara kesinlikle yer verilmemiş, haberin söylemi 'şaibeli' geçmişe sahip olan Şener Eruygur'un başkanlığını

yaptığı derneğin düzenlediği, çeşitli konuşmalar ve konserlerin yapıldığı, olaysız dağılan bir miting bağlamında kapanmıştır. Televizyon izleyicisine mitingin neden düzenlendiğine dair en ufak bir ipucu verilmemektedir. Miting alanından görüntülerde dar açıyla çekilmiş olanları art arda kurgulanmış, sınırlı sayıda ve ADD'nin adının geçtiği pankartlara yer verilmiştir. Görüntüler arasında dört kişinin taşıdığı "ATATÜRKÇÜ DÜŞÜNCE DERNEĞİ, DENİZLİ ŞUBESİ" yazılı bir bez afiş ve arkasından gelen 40-50 kişi vardır. Sabahın erken saatlerinde çekildiği için alandaki kalabalık hakkında fikir vermeyen bu görüntü aynı zamanda mitingi düzenleyen tek kuruluş olarak gösterilmeye çalışılan ADD'ye de işaret etmektedir. ***"Atatürkçü Düşünce Derneği'nin öncülük ettiği Cumhuriyet Mitingi adı verilen Miting Ankara Tandoğan'da yapıldı"*** diyen üst ses görüntünün algılanışını pekiştirir.

Kanal 7 haberinde Tandoğan Meydanı'ndan verilen az sayıda görüntünün bulunmasının yanısıra, kitlelerin Anıtkabir'e yürüyüşünü, Anıtkabir avlusundaki yoğunluğu ve Atatürk'ün mozolesinin önünde oluşan insan kuyruklarını gösterir hiçbir çekim yer almamaktadır. Konu ile ilgili haberin bitiminde ***"Cumhuriyet Mitingi Tandoğan'daki konuşmalar ve konserin ardından Anıtkabir yürüyüşüyle noktalandı"*** sunumunun altında, 1 saniye süreyle ekranda kalan Anıtkabir'in oldukça uzak bir çekimi bulunmaktadır. Ancak bu çekimde, kameranın konumu, çerçevede büyük yer kaplayan bayrak, altyazı, netsizlik ve uzaklık gibi etmenler nedeniyle Anıtkabir'e doğru yürüyen kalabalık insan kitleleri açıkça görülememektedir.

d) Yorum:

Bir olay hakkındaki haberde, asıl olay temalarının hepsinin vurgulanması gerekmez. Farklı yayın kuruluşları olayın farklı noktalarına vurgu yapabilir. Bazı konular habere alınmayabilir. Bu tercih yayın kuruluşlarının genel yayın politikaları sonucu belirlenir. Söylemsel olarak haberi yazan kişi ya da yayın kuruluşu, haber hakkında düşünce ve yorumlarının bir parçası olarak değerlendirme yapabilmektedir. Bu haberin

‘yorum’ ulamıdır (kategorisi).[1] Haberde olay ve yorumun birbirine karışmaması konusunda genel kabul gören ortak bakışa rağmen, haber metninin içinde bazen anlatıcının sesi içine yorum karışabilir. Yorum ulamı başlıbaşına iki alt bölüme ayrılır.

- **Değerlendirme**: Güncel olaylar hakkındaki değerlendirme ve düşüncelerden oluşur. Örneğin;

“Miting Çankaya’ya Başbakan Erdoğan ya da Ak Parti’li birinin çıkmaması için yapılmaktadır”
(Kanal D miting haberinde üst ses)

- **Yorum**: Bu ulamın altbaşlığı ise ‘beklentiler’dir. Beklenti bölümünde güncel durum ve olayların olası siyasal vb. sonuçları formüle edilir. Örneğin;

“Miting, Çankaya sürecini etkilemeyecek!”
(Kanal D Ankara Haber Koordinatörü Erhan Karadağ’ın AKP kurmaylarından edindiğini söylediği izlenim.)

Alıntı yapmak, haber kaynaklarının haber konusuyla ilgili yoruma başvurmalarının bir aracıdır. Haber başlığı ya da metin içinde yeralabilen alıntılar aracılığıyla durum tanımları yapılır. Van Dijk, haber kaynaklarınca haber söyleminde alıntı kullanılmasının nedenini kendilerinin olmayan görüşleri haberlerinde biçimlendirmelerine izin vermesi olarak açıklar. Van Dijk’e göre alıntı yapmak nesnelliğe izin verebilir, ancak alıntı yapılacak bölümlerin seçiminde nesnellik olmayabilir.

Kanaltürk haberinde, mitingin alanında çok sayıda pankart bulunmasından yararlanarak kendi söylemini onaylayan pek çok alıntı yapılmıştır.

[1] Dijk, 1988a, 56.

“Satılmış Medya”

“Tayyip baksana, kaç kişiyiz saysana”

“Anamı da aldım geldim”

Kanaltürk ana haber bülteninde miting katılımcıları ile ropörtajlara sıklıkla yer verilmiş, onlara “neden buradasınız?” diye sorulmuş ve verdikleri yanıtlar haber içine yedirilerek yayımlanmıştır. Kanaltürk mitinge katılan bu insanları daha sonraki haber bültenlerinde ellerindeki ay-yıldızlı kırmızı bayraklardan yola çıkarak “gelincikler” olarak adlandırmıştır. Ankara Tandoğan’daki bu mitingin ardından İstanbul, İzmir, Manisa, Çanakkale, Marmaris, Denizli, Samsun gibi illerde “Cumhuriyetine Sahip Çık” mitingleri düzenlenmiş, özellikle İstanbul Çağlayan Meydanı’ndaki miting, sayısal açıdan çok daha büyük yığınları toplamıştır. Mitinglerin devam etmesiyle canlı tutulan coşku Kanaltürk’ün haber bültenlerinde de yansıtılmaya çalışılmıştır. İçeriğinde miting haberlerine geniş yer verilen haber bültenlerinin sonunda da, günlük yayınlanan “Ulusa Serzeniş” adlı kısa canlandırma filmleri içinde, miting katılımcıları “gelincikler” tiplemesiyle, eleştirilen AKP’li politikacıların karşısında konumlandırılmışlardır. “Ulusa Serzeniş” her başladığında ***“Türkiyenin en büyük holdingi Gelincik Holding, Ulusa Serzeniş’e sponsor oldu!”*** duyurusu yapılmaktadır. Ellerinde Türk bayrağı taşıyan kadın ve erkek bu kahramanlar, canlardırmanın her bölümünde hükümet üyelerinin, özellikle başbakanın söz ve eylemlerinin karşısında duran, onu korkutan ve zaman zaman da cezalandıran bir güç olarak ortaya çıkarlar.

Kanal 7 haberlerinde mitingin toplumsal olan karakteri gözardı edilmiş, miting yalnızca bir kuruluş ve özellikle onun ‘şaibeli’ başkanı tarafından düzenleniyor izlenimi verilmeye çalışılmıştır. Kanal D haberin “Miting Çankaya’ya Başbakan Erdoğan ya da Ak Parti’li birinin çıkmaması için yapılmaktadır” yorumu da, miting katılımcılarının toplumsal bilinç yapısını dışlamaktadır. Kanaltürk ise muhalif söylemine koşut olarak, miting katılımcılarının ‘bizim gibi’ oldukları ve ortak bir amaçla birlikte hareket ettikleri söylemine; “Milyonlar Anıtkabir’e aktı... Halk Cumhuriyet’e sahip çıktı... Mitinge yaşlısı, genci, köylüsü, kentlisi, akademisyeni, doktoru, sanatçısı ile tüm Türk Halkı katıldı...” vb. sözler ve haberin sunumu sırasında

kullandığı çok sayıda genel ve uzak çekimlerle dayanak noktası oluşturmaya çalışmıştır. Miting katılımcılarına "gelincikler" adı verilmesi de, onların ortak bir toplumsal bilinç etrafında eyleme geçtiklerini vurgulama amacının göstergesi konumundadır.



F 13 Kanaltürk miting haberinde genel çekim örneği

"Onları bugün Ankara'da, Tandoğan'da, Tandoğan'a çıkan bütün caddelerde, bütün alanlarda, Anıtkabir'de birleştiren şey çok güçlüydü: Onlar Cumhuriyet'e sahip çıkmak için oradaydı:

slogan: TÜRKİYE LAİKTİR LAİK KALACAK

Kimse kimsenin önünde kimse kimsenin arkasında değildi, omuz omuzaydılar onlar. Hepsi farklı yerlerden gelmiş aynı şeyleri söylüyorlardı:

slogan: TÜRKİYE LAİKTİR LAİK KALACAK

Cumhuriyet'e sahip çıkıyorlardı, bu gidişe dur diyorlardı. Çankaya'ya Atatürk'ün makamına çıkmaya çalışan o zihniyete 'dur' diyorlardı."



F 14 Kanaltürk miting haberinde genel çekim örneği



F 15 Kanaltürk miting haberinde genel çekim örneği

“... Sahi gördünüz mü, kaç kişiyiz biz?”

“Ankara en büyük ‘Halk Tepkisi’ne ev sahipliği yapıyordu...”



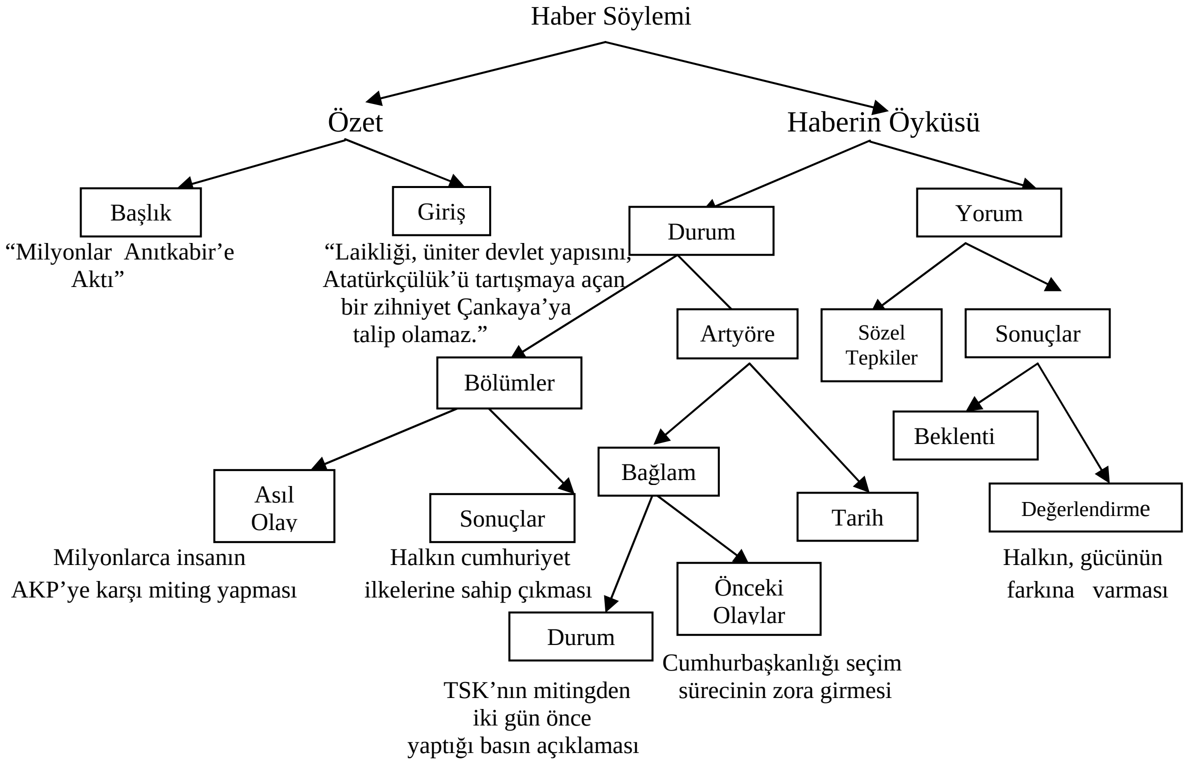
F16 Kanaltürk miting haberinde genel çekim örneği



F 17 Kanaltürk miting haberinde genel çekim örneği

"Milyonlar Anıtkabir'e aktı, sabahın ilk saatlerinden başlayarak ellerinde Türk bayrakları, Ata'nın mozolesine gitti..."

"Şarkılarla, türkülerle, şiirlerle omuz omuza, tek yürek, tek nefes geleceğine, Cumhuriyet'ine sahip çıktı milyonlar..."



T 3 Nisan 2007 tarihli Kanaltürk ana haber bülteninde yer alan “Cumhuriyet Mitingi” haberinin söylem şeması

Miting haberleri çizemsel (şematik) kategoriler altında incelendiğinde Kanaltürk’te bütün unsurların yer aldığı, Kanal 7’de ise sonuç, bağlam, art yöre gibi haberin temel kategorilerinin bulunmadığını görürüz.

	Başlık	**Giriş**	**Asıl Olay**	**Sonuç**	**Bağlam**	**Art Yöre**	**Alıntı**	**Değer-lendirme**	**Beklenti**
Kanaltürk	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Kanal 7	X	X	X				X	X	
Kanal D	X	X	X	X		X	X	X	X

T 4 Üç ayrı televizyon kanalında Cumhuriyet Mitingi haberinin sunumu

Kanaltürk'te miting haberi ilk, Kanal 7'de ikinci sıradadır. Kanaltürk'te haberin süresi 52 dakika 44 saniye, Kanal 7'de ise 2 dakika 47 saniyedir. Kanal 7 birinci sırada verdiği kaza haberine 8 dakika 50 saniye, Kanaltürk ise habere başlarken duyurduğu kaza haberine 2 dakika 24 saniye ayırmıştır.

e) Artyöre ve Bağlam:

Artyöre ve bağlam, haberin biçemsel unsurları arasında yeralır. Artyöre ve bağlam haberin gerçek olduğu izlenimi uyandırmak için, haber yapıcılarının üzerinde önemle durdukları iki alandır.

Kanal 7 televizyonunda miting haberinde bağlam ve artyöreye ilişkin bilgilerin bulunmaması, haberin gerçekliğini sorgulamaya açmaktadır. Mitingin neden düzenlendiği, miting katılımcılarının AKP'ye olan tepkisi, Başbakan Erdoğan'ı, meclis başkanı Arınç'ı ve cumhurbaşkanlığı adayı Gül hakkında atılan olumsuz sloganlar, katılımcıların kimler olduğu, kaç kişi oldukları, kimi hedef aldıklarına ilişkin hiçbir bilgiye yer verilmemiş, izleyicinin olayın içeriğini anlamasına olanak sağlanmamıştır.

SONUÇ

Televizyon haberciliğinin, gazetecilik mesleğinden ödünç aldığı profesyonel habercilik ilkelerine yaslanarak ürettiği metinler, bu metinleri üretenlerin savladıkları gibi “gerçekliği” birebir yansıtamaz. Haber metni daha kurulma anında “gerçeklik, nesnellik ve dengelilik” ilkelerinden ödün verir. Haber metnine yalnızca belli güç odaklarının söylemleri girer, diğerlerine ait düşünceler ya da olaylar sürekli çarkın dışında kalır. Siyasi, ekonomik, toplumsal seçkinlerin ülke içindeki medya içeriğine egemen oldukları haber çarkının dışında çok daha evrensel başka bir sistem daha vardır ki, uluslararası haber akışının sağlandığı bu sistemde gündemde üçüncü dünya ülkelerinden haberlere çoğunlukla yer yoktur ya da kalkınmış ülkelerin çıkarlarına uygun düştüğü biçimiyle yer verilir. Bilindiği üzere Körfez savaşı sırasında ABD’nin attığı bombaların içindeki insanlarla beraber yerle bir ettiği kenti “Her taraf bir Noel ağacı gibi ışıl ışıl yanıyordu” sözleriyle tanımlayan Amerikalı habercilerin söylemleri aracılığıyla savaş bir bilgisayar oyununa dönüşmüş, ölen ve yaralananlardan kimsenin haberi olmamıştı.

Televizyon haberlerinde görüntülü metin izleyiciye “gerçek yaşamın içinden” alınmış izlenimini vermektedir. Tam da bu nedene dayanarak televizyon kuruluşu haberlerinin nesnel ve gerçek olduğunu savunur. İzleyici patlama sonucu yıkılmış bir binanın görüntüsünü gösteren değil, gönderge olarak algılamaktadır. Kameranın kendi gözünün yerine geçtiğini varsayan izleyici, haberin söyleminin egemen ideolojiyi yeniden kurduğunun ayırdına çoğunlukla varmamaktadır. Fovler’ın “Kameranın izleyici için durduğu nokta

otoriteyi oluşturur”[1] derken eleştirdiği şey, profesyonel gazetecilik ideolojisinin “gerçeğe” bilimsel bir tutumla ulaşılabileceği iddiasıdır.

“Video-görmek tarafından izleyicilere sunulan görüntüsel dünya, özellikle soyutlama yeteneğini ve onunla birlikte sorunları anlama ve bunlarla akılcı olarak yüzleşme yeteneğini edilginleştirmektedir. [...] Bugün yalnızca anlama ve bağımsız kanaat sahibi olma yeteneği zayıflamış bir *demosla* değil, ama aynı zamanda anahtar bir öneme sahip ‘kollektivitesini yitirmiş’ bir *demosla* da karşı karşıyayız. [...] Televizyon karşısında olmak insanı eve kapatır ve yaşamdam soyutlar. Bu araç aile bireyleri arasında bile ‘yalnız bir kalabalık’ yaratır.”[2] Sartori’ye ve pek çok iletişim kuramcısına göre; yığınsal iletim araçlarının içeriği, ‘toplumsal’ olanı ‘bireysel’e dönüştürerek etkisizleştirmeyi ereklemektedir. Dramatik programlarda yaralananları, ölenleri, kanı, şiddeti görmeye alışan televizyon izleyicisi evinde dünyadan yalıtılmış bir ortamda, savaş, açlık gibi toplumsal konularla ilgili haberleri tıpkı bir gösteriymişcesine duyarsızlıkla izlemeye hevesli görünmektedir. İçlerinde televizyon kuruluşları, tüketim malı üreticileri, reklam yapımcılarının da bulunduğu kapitalist sistem böyle bir ortamda kendini sürekli yenileme gücünü bulur.

Cumhuriyet mitingleri, toplumsal bilincin belli bir ereğe yönelik olarak ortak hareket etmesi yönüyle ülkemizin siyasal tarihinde az rastlanır bir olgudur yorumunu yapmak ve bu mitinglere hakettiği önemi vermek gerekmektedir. Kanaltürk bir yığınsal iletişim kuruluşu olarak, iletişim kuramcılarının savunduklarıyla uyuşmayarak haberinde söylemini ‘bireysel’ olan üzerine kurmak yerine, toplumsal, bilinçli-yığınsal olana önem vermiştir. Bu çelişkiyi Ünsal Oskay, iktidarın kendi ‘yanılsamalı’ aynasında toplumsalı kendi ideolojik öncüllerine göre yansıttığını, muhalefetin söyleminin ise bu aynanın yanılsamalılığını vurgulayıp, onu parçalamayı amaçladığını belirterek açıklamaktadır.

---

[1] Roger Fowler, *Language In the News: Discourse and Ideology In the Press*. (London: Routledge, 1991)

[2] Sartori 102

Kanaltürk televizyonu iktidarın uygulamaları karşısında kurduğu karşıtsal söylemini “bireysel” yerine “toplumsal” bir özyapıya sahip olanla güçlendirmeyi doğru bulmuş, miting katılımcılarını ortak toplumsal bir bilinçle hareket etmeleri nedeniyle, ellerinde taşıdıkları Türk bayraklarına da işaret ederek “gelincikler” olarak adlandırmıştır. Kanaltürk televizyonu, bugünden sonra da mitinglerin devam etmesiyle canlı tutulan coşkuyu haber bültenlerinde izleyiciye aktarmaya çaba göstermiştir. İçeriğinde miting haberlerine geniş yer verilen haber bültenlerinin sonunda yayınlanan “Ulusa Serzeniş” adlı kısa canlandırma filmleri içinde de, miting katılımcıları “gelincikler” tiplemesiyle, eleştirilen AKP’li politikacıların karşısında yeralmışlardır. “Ulusa Serzeniş” her başladığında ***“Türkiyenin en büyük holdingi Gelincik Holding, Ulusa Serzeniş’e sponsor oldu!”*** duyurusu yapılmaktadır. Ellerinde Türk bayrağı taşıyan kadın ve erkek bu kahramanlar, canlardırmanın her bölümünde hükümet üyelerinin, özellikle başbakanın söz ve eylemlerinin karşısında duran, onu korkutan ve zaman zaman da cezalandıran bir güç olarak ortaya çıkarlar. Kanaltürk’ün neredeyse tüm haber programlarında sözü edilen cumhuriyet mitingleri, ülkenin siyasal ve toplumsal yaşamında adeta bir milat olarak değerlendirilmiş, devamı gelen bu mitingler “gelincik devrimi” olarak adlandırılmaya başlanmıştır.

Kanal 7 ve Kanal D televizyonlarının 14 Nisan günü yayınlanan ana haber bültenlerinde ise mitingin toplumsal karakteri gözardı edilmiş, kısıtlı bir çevre tarafından düzenleniyor izlenimi verilmeye çalışılmıştır. Kanal D haberin “Miting Çankaya’ya Başbakan Erdoğan ya da Ak Parti’li birinin çıkmaması için yapılmaktadır” yorumu da, miting katılımcılarının toplumsal bilinç yapısını dışlamaktadır.

Çalışmamızda yaptığımız çözümleme sonucunda incelenen televizyon kuruluşlarının aynı konu bağlamında hazırladıkları haber parçalarında, haber içeriklerini ellerinde hemen hemen aynı görüntüler olmasına karşın yayın polikalarına uygun düşen çekim ölçeklerini, açılarını, kareleri, kurgu yöntemlerini kullanarak ve kendi bakışaçılarını yansıtan yorumları, ya alıntı yapmak yoluyla ya da dolaylı olarak yaparak oluşturmuşlardır. Kanaltürk’ün haber içeriği Kanal 7 ve Kanal D’den, iktidarın egemen söylemini kırma ve

muhalif bir söylem yaratma çabası içinde bulunması yönüyle ayrılmaktadır. İzleyicinin haberi anlayıp değerlendirebilmesi için haber metni içinde mutlaka bulunması gereken ‘artyöre’ye, ‘bağlam’a ve ‘aktör’lerin kimliğine ilişkin bilgiler en açık biçimde Kanaltürk televizyonu haberinde sunulmakta, Kanal 7 televizyonu haberinde ise bu bilgiler yer almamaktadır. Kanal D’de bağlam ve artyöre bilgileri eksik verilmiş, izleyicinin haberi izledikten sonra “bu miting cumhurbaşkanlığı sürecini etkileyecek önemde değildir” sonucunu çıkarması istenmiştir. Yayın politikası ile egemen söylemin kurulmasına destek veren Kanal 7 televizyonu, “Cumhuriyet Mitingi”ni bu söyleme zarar verecek bir olgu olarak değerlendirmiş, bu konuda verdiği kısa haber bilgi verici olmaktan daha çok, haber metnini mitingi “şaibeli” olduğunu ileri sürdüğü Eruygur’un düzenlediği yorumuyla sınırlandırması nedeniyle, bu “muhalif” eylemin içeriğini boşaltır nitelikte olmuştur.

Gelişme yönünü duygusallıktan mantıksallığa doğru değiştiren televizyonun bilme edimini basit ve sade bir “görme”ye indirgediğini vurgulayan Sartori, televizyonun görüntüleri üretirken kavramları sildiğini ve böylece soyutlama yeteneğimizi ve onunla beraber tüm anlama edimimizi azalttığını anlatmaya çalışmaktadır. Wilbur Schramm’ın ifadesiyle; “Haber insanın zihninde yaratılır; olaydan sonra algılanmış olgudur, haber olay ile özdeş değil, ancak olayın temel çerçevesini yeniden üretme girişimidir”. Duyuları önemseyen olgusalcı (pozitivist) bilim ve çalışmalarında nicel yöntembilimleri kullanan iletişim kuramcıları ise “gördüğüne ve duyduğuna inan” telkininde bulunur. Ancak izleyicinin görüp duyduğu doğrular belli kesimlerin doğrularıdır. Bu “doğru”lar genellikle güç sahibi kişi ve kaynakların söylemlerinden alıntılanmış ve bir haber metni içinde yer aldığında çoktan “konuşmanın içindeki konuşma”ya dönüşmüştür. Bu nedenle izleyiciye sunulan haber metinleri içinde iki ayrı zaman ve iki ayrı uzamın biraraya geldiğini söylemek yanlış olmaz. Düşünceyi dilden ayırmanın olanaksızlığı ve işaretin çokvurgulu oluşu ise haber metni kurulduktan sonra da gerçekliğin gerçekleşmemesine katkıda bulunur.

Yaptığımız çözümlemede örneklem olarak aldığımız bir haber konusunun, kitle iletişimi alanında ekonomik, kültürel ve siyasal konumlanışı

açısından birbirinden farklı olarak değerlendirebileceğimiz üç ayrı televizyon kanalında genel yayın siyasalarına uygun biçemde sunuluşu, liberal-çoğulcu kuramların savunduğu gibi, medyanın toplum adına siyasal erk odaklarını denetlediğine vurgu yapan “dördüncü güç” olma görevini yerine getiremediğini göstermektedir.

KAYNAKLAR

BASILI KAYNAKLAR

Akerson, Fatma E. *Göstergebilime Giriş*. İstanbul, Multilingual Yayınları, 2005.

Alemdar, Korkmaz. İrfan Erdoğan, *İletişim ve Toplum*. İstanbul: Bilgi Yayınları, 1990.

Aristoteles, *Poetika,* çev. İsmail Tunalı. İstanbul: Remzi Kitabevi, 2006.

Ayşe, İnal. *Haberi Okumak*. İstanbul, Temuçin Yay., 1996.

Aziz, Aysel. Radyo Televizyona Giriş. Ankara: A.Ü.S.B.F. Yayınları, No: 393, 1976.

Barthes, Roland. *Yazı ve Yorum: Roland Barthes'dan Seçme Yazılar,* çev. T. Yücel. İstanbul: Metis Yayınları, 1990.

Bennet, Tony. "Theories of media, theories of society", ed. M.Gurevitch, T. Bennett, J.Curran, J. Wollacott , *Culture, Society and the Media*. NY: Methuen, 1982.

Bottomore, Timothy, Maximilien Rubel (eds), Selected *Writings in Sociology and Social Philosophy*. London: Penguin, 1976.

Bourdieu, Pierre. *Televizyon Üzerine*. çev. Turhan Ilgaz. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1997.

Çoban, Barış, Zeynep Özarslan (hazırlayanlar). *Söylem ve İdeoloji; Mitoloji, Din, İdeoloji*, haz. İstanbul: Su Yayınevi, 2003.

Dağtaş, Banu. *Reklamı Okumak*. Ankara: Ütopya Yayınevi, 2003.

Dijk, Teun A. Van, *News Analysis: Case Studies of International and National News in the Press.* NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1988a.

Dijk, Teun A. Van, *News as Discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1988b.

Dijk, Teun A. Van. *Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları*, çev. ve der. Mehmet Küçük. *Medya İktidar İdeoloji*. Ankara: Ark Yayınevi: 1994.

Dileklen, Taner. *Televizyon Haberciliği: 5N 1K*. İstanbul: Okumuş Adam Yayınları, 2005.

Eaglaton, Terry. *İdeoloji*, çev. M. Özcan, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996.

Erdoğan, İrfan, Korkmaz Alemdar. *İletişim ve* Toplum. Ankara: Bilgi Yayınevi,1990.

Fiske, John. *İletişim Çalışmalarına Giriş*, çev. Süleyman İrvan. Ankara: Bilim Sanat Yayınları, 1996.

Fiske, John. *Television Culture*. London, Routledge, 1987.

Fowler, Roger. *Language In the News: Discourse and Ideology In the Press.* London: Routledge, 1991.

Tuchman, Gaye. *Making* News. New York: The Free Press, 1978.

Girgin, Atilla. *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i.* İstanbul: İnkılap Yayınları, 2000.

Glasser, Theodore L. *Philosophical Issues İn Journalism*, ed. E.D.Cohen, GB: Oxford University Press, 1992.

Güçlü, Abdülbaki. Erkan Uzun, Serkan Uzun, Ü. Hüsrev Yolsal. *Felsefe Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2003.

Güz, Nükhet, Rengin Küçükerdoğan, Nilüfer Sarı, Bülent Küçükerdoğan, Işıl Zeybek. *Etkili İletişim Terimleri*, İstanbul : İnkilap Yayınları, 2002.

Habermas, Jürgen. *Kamusallığın Yapısal Dönüşüm*ü, çev. T. Bora, M. Sancar. İstanbul: İletişim Yayınları, 1997.

Hall, Stuart. "İdeolojinin yeniden keşfi: Medya çalışmalarında baskı altında tutulanın geri dönüşü." çev. Mehmet Küçük, *Medya İktidar, İdeoloji*. Ankara: Ark Yayınevi, 1994.

Hall, Stuart. "İdeoloji ve İletişim Kuramı", der. Süleyman İrvan, *Medya Kültür Siyaset*. Ankara: Ark Yayınevi, 1996.

Hall, Stuart. "Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları", çev. ve der. Mehmet Küçük. *Medya İktidar İdeoloji*. Ankara: Ark Yayınevi: 1994.

Hall, Stuart. *Representations: Cultural Representations and Signifying Practises*. London: Sage, 1997.

Hardt, Hanno. “The return of the “critical” and the challenge of radikal dissent” *Critical Theory, Cultural Studies and American Communication Researc.* Communication Yearbook 12: 1989.

İlal, Ersan. *Yığınsal İletim Araçları ve Toplum*. İstanbul: Der Yayınları, 1997.

İnal, Ayşe. *Haber Üretim Sürecine İki Farklı* Yaklaşım. Ankara: İlef Yıllık 8, 1993.

İnal, Ayşe. *Haberi Okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları, 1996.

Jay, Martin. *Diyalektik İmgelem: Frankfurt Okulu ve Sosyal Araştırmalar Enstitüsü Tarihi 1823-1950*, çev. Ü.Oskay. İstanbul: Ara Yayınları, 1989.

Keane, John. *Medya ve Demokrasi*, çev. Haluk Şahin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1992.

Küçükerdoğan, Rengin. *Reklam Söylemi*, İstanbul: Es Yayınları, 2005.

Kellner, Douglas. “Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities”, *Modernity and Identity*, ed. S. Lash J. Friedman. Cambridge: Blackwell, 1992.

Larrain, Jorge. *Ideology and Cultural Identity: Modernity and the Third World Presence*. London: Polity Press, 1994.

Lichtenberg, Judith. *Democracy And the Mass Media*. Cambridge University Press, 1990

Lippmann, Walter. *Public Opinion*. New York: The Macmillan Company, 1949.

Longman-Metro, *Büyük İngilizce- Türkçe-Türkçe Sözlük*. İstanbul, Longman Group & Metro Kitap Yay. Paz.A.Ş.,1993.

Maalouf, Amin. *Ölümcül Kimlikler*. İstanbul: YKY, Temmuz 9. Baskı, 2001.

McLuhan, Marshall, vd, *Kadife Karanlık: 21.yy İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*, haz. Nurdoğan Rigel, vd. İstanbul: Su Yayınları, 2003.

Mcluhan, Marshall. *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu*, çev. Gül Çağlalı Güven. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1999.

Mill, J. Stuart. *Özgürlük Üstüne*, çev. A. Ertan. İstanbul: Belge Yayınları, 1985.

Murdack, Graham. “Class, power and the press: Problems of conceptualization and evidence.” Ed. H. Christon, *The Sociology of Journalism and the Press.* GB: J.H. Brookers (printers) Ltd, 1980.

Mutlu, Erol. *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınevi, 1994.

Mutlu, Erol. *Tarafsız Yayıncılık*. Ankara: A.Ü.B.Y.Y.O. Yılllık, 1988.

Mutlu, Erol. *Televizyonda Program Yapımı*, Ankara: A.Ü.İ.F. Yayınları, No:4, 1995

Mutlu, Erol. *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Gündoğan Yayınları, 1991

Odabaşı, Yavuz. Tüketim Kültürü, *Yetinen Toplumun Tüketen Topluma Dönüşümü*, İstanbul : Sistem Yayıncılık, 1999.

Oskay, Ünsal. *İletişimin ABC'si*, İstanbul : Der Yayınları, 2001.

Page, Adrian. *Morse Düzgüsünü Çözmek: Göstergebilim ve Televizyon Draması* (yayımlanmamış çeviri) Simten Gündeş.

Postman, Neil, Steve Powers. *Televizyon Haberlerini İzlemek*, çev. Aslı Tunç. İstanbul: Kavram Yayınları, 1996.

Poulantzas, Nicos. *Classes in Contemporary Capitalism.* London: New Left Books, 1975.

Poyraz, Bedriye. *Haber ve Haber Programlarında: İdeoloji ve Gerçeklik.* Ankara: Ütopya Yayınevi, 2002.

Püsküllüoğlu, Ali. *Türkçe Sözlük, Türkiye Türkçesinin En Büyük Sözlüğü.* İstanbul: Can Yayınları, 2007.

Sartori, Giovanni. *Görmenin İktidarı, Homo Videns: Gören İnsan*. çev. Gül Batuş, Bahar Ulukan. İstanbul: Karakutu Yayınları, 2004.

Saussure, Ferdinand de, *Genel Dilbilim Dersleri* İstanbul: Multilingual Yayınları, 2001.

Scheneider, Wolf, Paul Josef Raue. *Gazetecinin El Kitabı*. çev. Işık Aygün, Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 2000.

Schramm, Wilbur. *The Nature of* News. Journalism Quarterly, September, 1949.

Schudson, Michael, Robert Karl Manoff. *Reading The News*. NY: Pantnhean Books, 1986.

Schudson, Michael. *The Sociology of News Production Revisited; Mass Media and Society*. ed. James Curran. New York: Arnould Books, 1996.

Sumner, Colin. *Reading Ideologies: An Investigation intı the Marxist Theory of Ideology and Law*. London: Academic Press, 1979.

Tılıç L., Doğan. *Utanıyorum Ama Gazeteciyim*. *Türkiye ve Yunanistan'da Gazetecilik*. İstanbul: İletişim Yayınları, 1998.

Turam, Emir. *Medyanın Siyasi Hayata Etkileri*. İstanbul: İrfan Yayınevi, 1994.

Uğurlu, Faruk, Şerife Öztürk, *Türkiye'de Televizyon* Haberciliği. Konya: Tablet Kitabevi, 2006

Ünlüer, Ayhan Oğuz. *Ekranın Öte Yüzü.* Konya: Tablet Kitabevi, 2005.

Vardar, Berke. *Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: ABC Kitabevi, 1998.

Volosinov, Valentin N. *Marxism and the Philosophy of Language,* ing.çev.L. Matejka & I.R. Titunik. UK: Seminar Press, İnc, 1973.

Yengin, Hülya. *İletişimde Renklerin Anlamı*, İstanbul : İ.Ü İletişim Fak. Dergisi, No. V, 1997

Zıllıoğlu, Merih. *İletişim Nedir.* İstanbul : Cem Yayınevi, 2003.

GÖRÜŞMELER

Nükhet Güz, Kişisel Görüşme, 27.07.2007

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

Web: http://www.indeksiletisim.com/hizmet_goster.asp?ID=566&hizmet_id=2

Web: http://www.haberler.com/harcamalar-dengeyi-bozdu-butce-acik-verdi-haberi/

Web: http://arsiv.sabah.com.tr/2006/11/13/eko94.html

Web: http://www.livaneli.net/f/forums/thread-view.asp?tid=2765

Web: http://www.gata.edu.tr/kutuphane/Kitap_Ozetleri/MEDYA_VE_DEMOKRASI.htm